



**GONÇALO JOÃO
RIBEIRO GOMES**

**PARA UMA HERANÇA CULTURAL SIGNIFICANTE:
UMA INTERVENO DO PONTO DE VISTA DO
DESIGN**



Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte
2016

**GONÇALO JOÃO
RIBEIRO GOMES**

**PARA UMA HERANÇA CULTURAL SIGNIFICANTE:
UMA INTERVENÇÃO DO PONTO DE VISTA DO
DESIGN**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Design, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Vasco Afonso da Silva Branco, Professor Associado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Para a Miriam, Jaime e Edgar

o júri

presidente

Prof. Doutor Artur Manuel Soares da Silva
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Vasco Afonso da Silva Branco
Professor Associado da Universidade de Aveiro (orientador)

Prof. Doutora Alice Lucas Semedo
Professora Auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Prof. Doutora Susana Paulo Gomes Luís Gonzaga
Professora Auxiliar da Faculdade de Artes e Humanidades da Universidade da Madeira

Prof. Doutora Maria Helena Ferreira Braga Barbosa
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Daniel da Cruz Brandão
Assistente Convidado do Instituto Politécnico do Cávado e Ave

agradecimentos

Um primeiro agradecimento especial ao meu orientador, Prof. Doutor Vasco Branco, pela sua valiosa colaboração no desenvolvimento desta investigação, mas, sobretudo, pela amizade, confiança, disponibilidade e generosidade com que sempre me acompanhou durante esta etapa.

Agradeço à Miriam, por tudo — o que fez e que deixou de poder fazer.
Ao Jaime, que crescendo em paralelo com este trabalho foi sempre o meu bravo companheiro de luta.
Ao Edgar, que chegando depois trouxe a renovação da alegria que faz com que tudo pareça mais fácil.

Um agradecimento aos meus colegas e amigos da Universidade de Aveiro que, felizmente, não consigo qualificar em categorias distintas e foram essenciais pela motivação e disponibilidade demonstrada.

Aos meus pais, a quem apenas tento retribuir o imenso esforço e dedicação de uma vida que teve nos filhos a sua prioridade.

À minha restante família: irmãos, sobrinhos, cunhados, sogros e amigos de sempre que, de forma incansável, me ajudaram ao longo deste percurso.

palavras-chave

Design, História do Design Português, Memória Social, Web 2.0.

resumo

Há muito que história do design, na procura da definição das suas fronteiras disciplinares, vem defendendo a inclusão dos usos e da relação das pessoas com os artefactos no âmbito no seu campo de estudos.

Atualmente, o conjunto de recursos tecnológicos que revolucionaram a forma como comunicamos, e que têm na Web 2.0 a sua manifestação mais evidente, assumem-se como uma “montra” da nossa existência social e, nesse sentido, um importante repositório de conhecimento sobre a relação entre pessoas e entre estas e os objetos.

Assumindo a memória como um fenómeno social coletivamente construído que se perpetua ao longo do tempo, torna-se importante investigar como esta conjuntura tecnológica tem contribuído para a produção, reprodução e materialização do saber das comunidades, ou seja, como tem contribuído para a formação e transmissão do conhecimento acumulado, para a memória social e, em última análise, para a história.

Partindo da análise da realidade portuguesa, este trabalho procurou identificar e caracterizar as práticas patrimonializantes que se vieram a instituir através destes meios e como estas poderão transformar a participação empenhada dos públicos no elogio da sua memória em conhecimento pertinente para a construção de uma história do design multivocal e, por isso mesmo, mais significativa.

keywords

Design, Portuguese Design History, Social Memory, Web 2.0.

abstract

Design history, in search for the definition of its disciplinary boundaries, has long been advocating the inclusion of the relationship between people and artefacts, and their uses, in the scope of its research field.

Currently, the set of technological resources that have revolutionised the way we communicate, which the Web 2.0 is its most obvious manifestation, are assumed as a "showcase" of our social existence and, in this sense, an important repository of knowledge about the relationship between people and between people and objects.

Assuming memory as a social phenomenon collectively constructed that perpetuates over time, it is important to explore how this technologic environment has contributed towards the production, reproduction and materialisation of knowledge in communities and how they contribute towards the formation and transmission of accumulated knowledge, social memory and, ultimately, towards history.

Based on the analysis of the Portuguese reality, this study sought to identify and characterise the heritage practices that have come to be established through these means and how they can transform the full participation of the public in praise of its memory in relevant knowledge for a multivocal, and, therefore, more significant design history.

ÍNDICE

Capítulo I - Introdução	23
1.1 - Problema	23
1.2 - Motivações e abordagem ao Problema	25
1.3 - Metodologia de Investigação	31
1.4 - Estrutura do documento	33
Capítulo II - A cultura da história do design	35
2.1 - A história da história do design	36
2.2 - As competências emergentes da história do design	45
2.2.1 - O modelo Production-Consumption-Mediation Paradigm [PCM]	56
2.3 - O contexto português	68
2.4 - Conclusão	79
Capítulo III - Herança, memória e patrimonialização no espaço social	81
3.1 - Da memória coletiva	84
3.2 - Da memória à história	90
3.3 - Patrimonialização de base social e os novos <i>media</i>	93
3.3.1 - MUVI . Museo Virtuale della Memoria Collettiva de una Regione: la Lombardia (http://www.muvilo.it)	95
3.3.2 - ONDER-ANDEREN (http://www.onder-anderen.nl)	99
3.4 - A convenção de Faro	105
3.5 - Conclusão	106
Capítulo IV - Web 2.0, participação e conteúdos gerados socialmente	109
4.1 - A web 2.0	110
4.2 - Do <i>social media</i> às <i>social technologies</i> e a emergência da cultura participativa.	113
4.2.1 - A emergência da cultura participativa	118
4.3 - O utilizador: de <i>prosumer</i> a <i>pro-am</i> e a <i>produser</i>	122
4.4 - A construção social de herança cultural nas <i>social technologies</i>	131
4.5 - Conclusão	134
Capítulo V - O contexto português como caso de estudo	137
5.1 - Instrumentos metodológicos	139
5.1.1 - Constructivist Grounded theory	140
5.1.2 - Estrutura da investigação	142

5.2 - O património do design português nas <i>social technologies</i> em Portugal / os discursos “informais”	146
5.2.1 - Delimitação do universo de estudo - <i>Gathering Rich Data (C.G.T.)</i>	148
5.2.2 - Caracterização do universo de estudo – Desenvolvimento de questionário generalista	158
5.2.3 - Definição da amostra final - <i>Theoretical Sampling, Saturation, and Sorting</i>	179
5.2.4 - Codificação - Coding in Grounded Theory Practice	181
5.2.5 - Análise qualitativa dos dados - <i>Memo-writing</i>	185
5.2.6 - conclusões / <i>Constructing Theory</i>	231
5.3 - Um referente da história do design português pelos seus historiadores / Os discursos formais	237
5.3.1 - 100 anos de Design Português / <i>Gathering Rich Data</i>	240
5.3.2 - Tratamento dos resultados / <i>memo-writing</i>	246
5.4 - A relação entre discursos “formais” e “informais”	271
5.5 - Casos de referência – Entrevistas	279
5.6 - Síntese das entrevistas	327
Capítulo VI - Conclusões e desenvolvimentos futuros	331
6.1 - Da memória e participação social	331
6.2 - Da disciplina da história do design	334
6.3 - Da pesquisa de campo	335
6.4 - Das hipóteses	341
6.5 - Desenvolvimentos futuros	345
Bibliografia	349
Lista de posts analisados	357
Anexos	367

LISTA DE FIGURAS

Fig. 1 – Base de dados “História do Design Português”. Lista de obras.	26
Fig. 2 – Base de dados “História do Design Português”. Ficha de obra.....	26
Fig. 3 – Identidade visual da Exposição “Atlas do Design”	27
Fig. 4 – Museu Virtual do Design Português. <i>Homepage</i>	28
Fig. 5 – Museu Virtual do Design Português. Ficha de obra.	28
Fig. 6 – Museu Virtual do Design Português. Ficha de autor.....	29
Fig. 7 – John Walker Design History Field of Research: Production-Consumption Model	40
Fig. 8 – Muvi, <i>Homepage</i>	95
Fig. 9 – Muvi, <i>Le Mostre</i>	96
Fig. 10 – Muvi - <i>Le Mostre</i> , detalhe	97
Fig. 11 – Muvi, <i>Le Sale</i>	98
Fig. 12 – Onder-Anderen, <i>homepage</i>	99
Fig. 13 – Onder-Anderen, organização cronológica	100
Fig. 14 – Onder-Anderen, organização espacial com imagens	100
Fig. 15 – Onder-Anderen, ampliação das imagens.....	101
Fig. 16 – Onder-Anderen, ampliação das imagens com informação adicional	101
Fig. 17 – Web 1.0 vs. Web 2.0	111
Fig. 18 – <i>Social technologies as the products and services that enable social interactions in the digital realm</i>	117
Fig. 19 – Ritmo de adoção das social technologies	121
Fig. 20 – Distintas tipologias de participação na Web	123
Fig. 21 – <i>Amateurs to professionals continuum</i>	127
Fig. 22 – Estrutura da investigação de campo	145
Fig. 23 – Tipologias de plataformas identificadas.....	150
Fig. 24 – Identificação dos autores	151
Fig. 25 – Tipologia de Artefactos	151
Fig. 26 – Indicadores de desempenho do inquérito por questionário.....	164
Fig. 27 – Tipologia de plataformas e de iniciativas associadas a que os respondentes ao inquérito recorriam	165
Fig. 28 – Longevidade dos projetos dos respondentes ao inquérito	166
Fig. 29 – Análise Matricial: Longevidade vs Cadência de publicações	166
Fig. 30 – Análise Matricial: Longevidade vs Número de visitas	167
Fig. 31 – Análise Matricial: Número de visitas vs Número de comentários	168
Fig. 32 – Idade dos respondentes ao inquérito.....	169
Fig. 33 – Análise Matricial: Idade dos autores vs habilitações literárias	170
Fig. 34 – Nível de especialização dos respondentes ao inquérito	170
Fig. 35 – Tipologias de conteúdos disponibilizados pelas plataformas.....	173
Fig. 36 – Fontes utilizadas na construção dos conteúdos	174

Fig. 37 – Vantagens e desvantagens das plataformas de criação de conteúdos partilhados...	175
Fig. 38 – Caso 1, categorias e conceitos / enumeração.....	188
Fig. 39 – Caso 1, categorias e conceitos / dispersão concetual.....	189
Fig. 40 – Caso 2, categorias e conceitos / enumeração	192
Fig. 41 – Caso 2, categorias e conceitos / dispersão concetual.....	193
Fig. 42 – Caso 2 / As trinta palavras mais usadas.....	194
Fig. 43 – Tabela "Cinzeiros 630 – Aleluia" destinada a ser preenchida com informação proveniente dos leitores.	195
Fig. 44 – Caso 4, categorias e conceitos / enumeração	199
Fig. 45 – Caso 4, categorias e conceitos / dispersão concetual	200
Fig. 46– Caso 4 / As trinta palavras mais usadas.....	201
Fig. 47 – Caso 6, categorias e conceitos / enumeração	207
Fig. 48 – Caso 6, categorias e conceitos / dispersão concetual	208
Fig. 49 – Caso 6 / As trinta palavras mais usadas.....	209
Fig. 50 – Caso 7, categorias e conceitos / enumeração	212
Fig. 51 – Caso 7, categorias e conceitos / dispersão concetual.....	213
Fig. 52 – Caso 7 / As trinta palavras mais usadas	214
Fig. 53 – Caso 8, categorias e conceitos / enumeração	217
Fig. 54 – Caso 8, categorias e conceitos / dispersão concetual	218
Fig. 55 – Caso 8 / As trinta palavras mais usadas.....	219
Fig. 56 – Caso 10, categorias e conceitos / enumeração	223
Fig. 57 – Caso 10, categorias e conceitos / dispersão concetual.....	224
Fig. 58 – Caso 10 / As trinta palavras mais usadas	225
Fig. 59 – Caso 10 / Panorama geral do número de comentários por <i>post</i>	226
Fig. 60 – Caso 15, categorias e conceitos / enumeração	228
Fig. 61 – Caso 15, categorias e conceitos / dispersão concetual	229
Fig. 62 – Caso 15 / As trinta palavras mais usadas	230
Fig. 63 – representação gráfica da das unidades de registo distribuídas pelos textos	249
Fig. 64 – Presença da categoria "artefacto" nos sete textos.....	250
Fig. 65 – Presença das categorias "artefacto" e "designer/autor" nos sete textos	250
Fig. 66 – Presença da categoria "cliente" e das suas subcategorias nos sete textos	251
Fig. 67 – Presença da categoria "cronologia" nos sete textos	252
Fig. 68 – Presença da categoria "eventos" nos sete textos	253
Fig. 69 – Presença da categoria "influências/caraterísticas" nos sete textos.....	253
Fig. 70 – Presença da categoria "instituições" nos sete textos	254
Fig. 71 – Presença da categoria "prémios" nos sete textos.....	254
Fig. 72 – Presença da categoria "produtor/empresa" nos sete textos	255
Fig. 73 – Presença da categoria "tipologias" e das suas subcategorias nos sete textos	256
Fig. 74 – 30 palavras mais utilizadas na globalidade dos textos	259
Fig. 75 – 30 palavras mais utilizadas no texto "1900-20"	261
Fig. 76 – 30 palavras mais utilizadas no texto "Anos 20"	262

Fig. 77 – 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 30”	264
Fig. 78 – 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 30/40”	265
Fig. 79 – 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 50”	267
Fig. 80 – 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 60-74”	269
Fig. 81 – 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 80-90”	270
Fig. 82 – Incidência do código “artefacto” no universo das plataformas de produção de conteúdos de base social	273
Fig. 83 – Incidência do código “artefacto” na amostra das plataformas de produção de conteúdos de base social	274
Fig. 84 – Incidência do código “artefacto” na amostra por variação máxima das plataformas de produção de conteúdos de base social	275

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Lista de respondentes ao inquérito por questionário	163
Tabela 2 – Uniformização da amostra.....	180
Tabela 3 – Resultado da aplicação do método de amostragem por variação máxima	181
Tabela 4 – Conceitos e categorias identificados.....	184
Tabela 5 – Sistema de classificação de plataformas.	235
Tabela 6 – Resultado da classificação das plataformas.	235
Tabela 7 – Lista de códigos: relação entre as duas fases de análise de conteúdos	243
Tabela 8 – Frequência das unidades de registo	247
Tabela 9 – Compilação das unidades de registo distribuídas pelos textos analisados.....	248
Tabela 10 – Contagem de palavras na globalidade dos textos	258
Tabela 11 – Texto "1900-20"/ 20 palavras mais utilizadas.....	260
Tabela 12 – Texto "Anos 20"/ 20 palavras mais utilizadas.....	262
Tabela 13 – Texto "Anos 30"/ 20 palavras mais utilizadas.....	263
Tabela 14 – Texto "Anos 30/40"/ 20 palavras mais utilizadas	265
Tabela 15 – Texto "Anos 50"/ 20 palavras mais utilizadas.....	266
Tabela 16 – Texto "Anos 60/74"/ 20 palavras mais utilizadas	268
Tabela 17 – Texto "Anos 80/90"/ 20 palavras mais utilizadas	270
Tabela 18 – Seleção de casos. Amostra por variação máxima	280

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

I.1 – Problema

Entendendo o design como a atividade criativa que está na origem dos artefactos, atividades e serviços, materiais e imateriais, desenvolvidos pelo homem, e dos sistemas complexos ou ambientes que constituem o domínio do artificial (Margolin, 1995b), podemos assumir que a sua importância no desenvolvimento das sociedades modernas tem sido fulcral e que, assim, o seu legado se poderá constituir como uma importante fonte de conhecimento sobre si mesmas.

Ainda que, tradicionalmente, a história do design se tenha desenvolvido em torno de questões centradas na sua produção e nos seus "heróis"¹, é hoje reconhecido que a cultura do design se define como o campo que estuda as relações entre os artefactos e todas as suas manifestações, entre o trabalho dos designers e a produção, a mediação e o consumo (Julier, 2000). Sabendo que, em termos da história do design, a problemática relacionada com o consumo e a mediação continua pouco explorada (Lees-Maffei, 2009) e, sendo estes vínculos naturais entre designers e a sociedade, parece-nos fundamental trazer estas questões para o foco da investigação, mas partindo agora da realidade percecionada pelos públicos.

Atualmente, o conjunto de plataformas e sistemas computacionais disponíveis tem permitido o surgimento de novos modelos de participação e colaboração com grande impacto na forma como nos relacionamos e comunicamos. Estas ferramentas e práticas emergentes promovem a conexão, produção, partilha, localização, publicação e distribuição de conteúdos, caracterizam-se essencialmente pela sua capacidade de facilitar uma maior participação social em contextos tecnologicamente mediados.

Estas plataformas sociais eletrónicas — genericamente designadas por Web 2.0 — em torno das quais as comunidades crescem, evoluem e trocam experiências entre si, dependem da participação voluntária

¹ Ainda herdada da história da arte e onde os designers são elevados a heróis (Conway, 1987).

suscitada pela geração de valor para quem os usa. Sendo a memória um fenómeno social coletivamente construído e reproduzido ao longo do tempo, e sendo que é em sociedade que adquirimos as nossas memórias e onde as recordamos, reconhecemos e localizamos, torna-se importante investigar como estas práticas emergentes têm contribuído para a produção, reprodução e materialização do saber das comunidades, ou seja, como estas contribuem para a formação e transmissão do conhecimento acumulado ao longo dos tempos, para a sua memória social e, em última análise, para a sua história.

É revisitando estas três grandes dimensões do problema — Design, História e Web 2.0 —, e circunscrevendo este estudo ao seu espaço de intersecção, que se consideraram as seguintes hipóteses:

- **Hipótese 1** — *Sendo o design a disciplina que se encontra na origem dos artefactos que configuram as nossas sociedades, as pessoas que os usam serão, por excelência, testemunhas privilegiadas do seu impacto e desempenho.*

Nesse sentido, as abordagens metodológicas contemporâneas à história do design, ao inscreverem a análise do consumo, dos usos e da mediação, encontram na Web 2.0 um campo participativo e multivocal (Peralta, 2007) relevante na sua construção.

- **Hipótese 2** — *A visão dos públicos sobre os artefactos, plasmada nas redes sociais, constitui-se como um canal privilegiado para a recolha de informação pertinente na compreensão do fenómeno do design.*

A diversidade e o volume de informação que estes mecanismos emergentes de construção de memória social geram, requerem a definição de instrumentos que viabilizem a sua apropriação pela investigação em história do design.

- **Hipótese 3** — *A variabilidade formal e semântica dos discursos da memória social distingue-os dos discursos da história, o que poderá justificar a sua aproximação participativa.*

Entende-se um discurso da memória social como a revelação pública de fatos e interpretações que não seguem a tradicional creditação por pares. A comparação destes discursos com as construções da história do design permitirá reconhecer os pontos de contacto entre si, contribuindo assim para a qualificação crítica da relação formal a instituir.

1.2 – Motivações e abordagem ao Problema

Crescer numa sociedade que, no espaço de escassas décadas, materializou uma transição de uma “realidade analógica” para um mundo onde os sistemas digitais se tendem a tornar ubíquos, permitiu assistir a uma das mais importantes revoluções tecnológicas que alguma vez decorreu — e ainda decorre — a um nível planetário, disseminando os seus efeitos, de forma transversal e democrática, praticamente por todas as classes sociais.

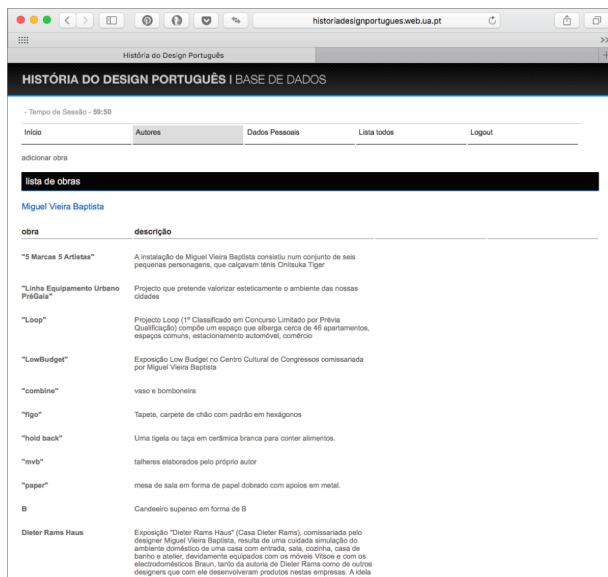
Comecei por conhecer o mundo através de livros que apresentavam nas imagens e nas letras o relevo resultante da força aplicada pelos mecanismos de impressão que, assim, fixavam a informação nas folhas de papel que o compunham. Da mesma forma, cresci a assistir a programas de televisão que nos chegavam a horas certas, que nos obrigavam a ser pontuais e a tomar decisões — das mais sérias que se podem tomar por uma criança de 5 ou 6 anos —, porque a ordem da efemeridade não era compatível com o “ver mais tarde” ou “pôr para trás”.

Na adolescência, quando a música se começou a tornar relevante, esta chegava através de discos de vinil, poucos, e de cassetes, muitas, que permitiam distribuir democraticamente o “conhecimento musical” contemporâneo e se tornavam assim o suporte áudio de eleição. Da mesma forma, existia um telefone em casa, com números que se “discavam”, amarrado a uma parede que nos obrigava a desenvolver a conversa no desconforto do corredor. Uma cadeira, destinada a tornar este diálogo menos desconfortável, compunha o cenário onde decorria mais um ato denunciador de que vivíamos numa era analógica.

A transição para o digital ocorreu de forma relativamente célere e pacífica, pela contínua introdução de aparelhos tecnologicamente mais evoluídos que, gradualmente, vieram substituir muitos desses artefactos com que já interagíamos habitualmente. A forma mais visível da anunciação da era digital chegou através da introdução dos sistemas computacionais pessoais, que nas duas últimas décadas do século XX começam a surgir um pouco por todo o lado. A aquisição de um ZX Spectrum que, embora mantivesse nos jogos a sua principal atração, permitiu-me dar os primeiros passos nas linguagens de programação.

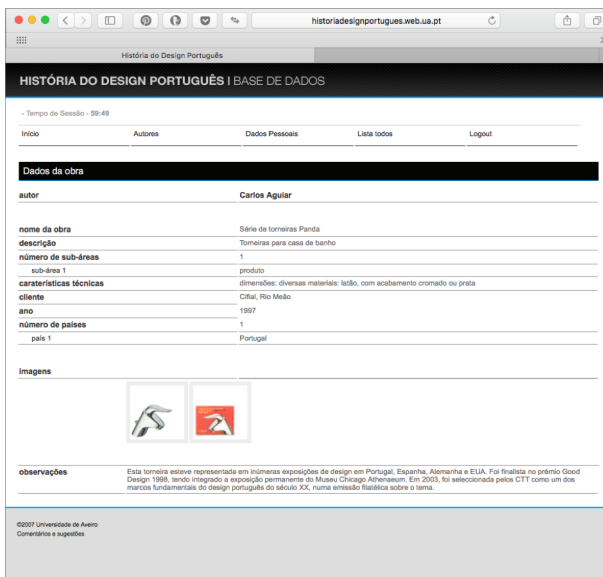
A integração no mercado de trabalho, em 2000, permitiu-me envolver em diversos projetos no domínio do *webdesign*, que, nos primeiros anos do século XX em Portugal, dava os primeiros sinais de se vir a tornar uma prática massificada no âmbito das competências em design.

Enquanto docente da Universidade de Aveiro, viria a integrar diversas equipas de docência das unidades curriculares de Projecto em Design,



obra	descrição
"5 Marcas 5 Artistas"	A instalação de Miguel Vieira Baptista consistiu num conjunto de seis pequenas personagens, que carregam uma Onitsha Tiger
"Linha Equipamento Urbano Prático"	Projecto que pretende valorizar esteticamente o ambiente das nossas cidades
"Loop"	Projecto Loop (1º Classificado em Concurso Limitado por Prévia Qualificação) ocupa um espaço que alberga cerca de 45 apartamentos, espaços comuns, estacionamento automóvel, comércio
"LowBudget"	Exposição Low Budget no Centro Cultural de Congressos comissariada por Miguel Vieira Baptista
"combine"	vaso e bomboneira
"tigo"	Tapete, carpete de chão com padrão em hexágonos
"hold back"	Uma tigela ou taça em cerâmica branca para conter alimentos.
"embv"	talheres elaborados pelo próprio autor
"paper"	mesa de sala em forma de papel dobrado com apoios em metal.
B	Candelabro suspenso em forma de B
Dieter Rams Haus	Exposição "Dieter Rams Haus" (Casa Dieter Rams), comissariada pelo designer Miguel Vieira Baptista, retrata de uma cuidada simulação do ambiente doméstico de uma casa com entrada, sala, cozinha, casa de banho e atelier, devidamente equipadas com as móveis Vitsoak e com os electrodomésticos Braun, tanto da autoria de Dieter Rams como de outros designers que com ele desenvolveram produtos nesta empresa. A vida desta moradia de azeiteiro prende-se directamente com o facto dos

Fig. 1 - Base de dados "História do Design Português". Lista de obras.




Dados da obra	
autor	Carlos Aguiar
nome da obra	Série de torneiras Panda
descrição	Torneiras para casa de banho
número de sub-áreas	1
sub-área 1	produto
características técnicas	dimensões: diversos materiais: latão, com acabamento cromado ou prata
cliente	Citil, Rio Medo
ano	1997
número de países	1
país 1	Portugal
imagens	
observações	Esta torneira esteve representada em inúmeras exposições de design em Portugal, Espanha, Alemanha e EUA. Foi finalista no prémio Good Design 1998, tendo integrado a exposição permanente do Museu Chicago Athenaeum. Em 2003, foi seleccionada pelos CTT como um dos marcos fundamentais do design português do século XX, numa exposição finalista sobre o tema.

Fig. 2 - Base de dados "História do Design Português". Ficha de obra

onde, como é considerado estruturante na formação dos discentes — e que eu já conhecia como ex-aluno — existe, há muito, uma preocupação constante com a relevância da história do design português para o projeto (J. Branco, Pinto, Providência, & Branco, 2002).

Durante os anos letivos de 2006/2007 e 2007/2008, viria a lecionar a componente prática da unidade curricular de História do Design Português, em conjunto com o Prof. Doutor Vasco Branco, onde explicitamente procurámos sempre incutir nos exercícios propostos aos alunos a importância da prática de investigação neste domínio. Foi neste contexto que, cruzando alguns dos meus interesses particulares de investigação, desenvolvemos uma plataforma de suporte aos trabalhos dos alunos², essencialmente constituída por uma base de dados de autores e artefactos portugueses, cujo principal objetivo seria organizar os dados recolhidos e, posteriormente, torná-los acessíveis aos futuros colegas que poderiam assim consultar, expandir e melhorar a informação previamente existente.

Este repositório de informação que, após as duas primeiras iterações de introdução de dados, viria a demonstrar uma relevância considerável, permitiu-nos avançar posteriormente com novas iniciativas que assumiam ter por base os conteúdos agregados pela plataforma. Foi o caso da Exposição "Atlas do Design", que apresentava cronologicamente, desde o início do século XX, uma série de artefactos portugueses indexados à sua data de criação. A cada artefacto era associado um acontecimento internacional relevante que tivesse ocorrido nesse mesmo ano, permitindo

² Acessível através do URL: <http://historiadesignportugues.web.ua.pt>



Fig. 3 – Identidade visual da Exposição
"Atlas do Design"

assim aos visitantes situar essas referências da cultura material portuguesa e no quadro da sua própria realidade e da história universal.

O desenvolvimento deste projeto foi assegurado a partir de 2010 pela colaboração com a licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação, da Universidade de Aveiro, cujo objetivo se centrava na implementação de uma *interface* de acesso público aos dados da plataforma. Esta iniciativa, que viria a resultar no projeto "Museu Virtual do Design Português"³, passou pela estreita colaboração com um grupo de três alunos que, durante um semestre, ficaram responsáveis por criar uma estrutura que pudesse aceder aos dados pré-existentes, mas que suportasse igualmente a introdução de novos dados e outras tipologias de participação, como a possibilidade de comentar os artefactos e de partilhar nas redes sociais essa informação.

Neste sistema foram incluídas ferramentas que permitiam a prática colaborativa de criação de conteúdos. Essas ferramentas surgiram como resposta a algumas questões que, já na altura, configuravam a minha actividade de investigação no âmbito do ID+ (Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura), que integrei desde a sua fundação em 2008.

³ Acessível através do URL: <http://mvdpt.web.ua.pt>

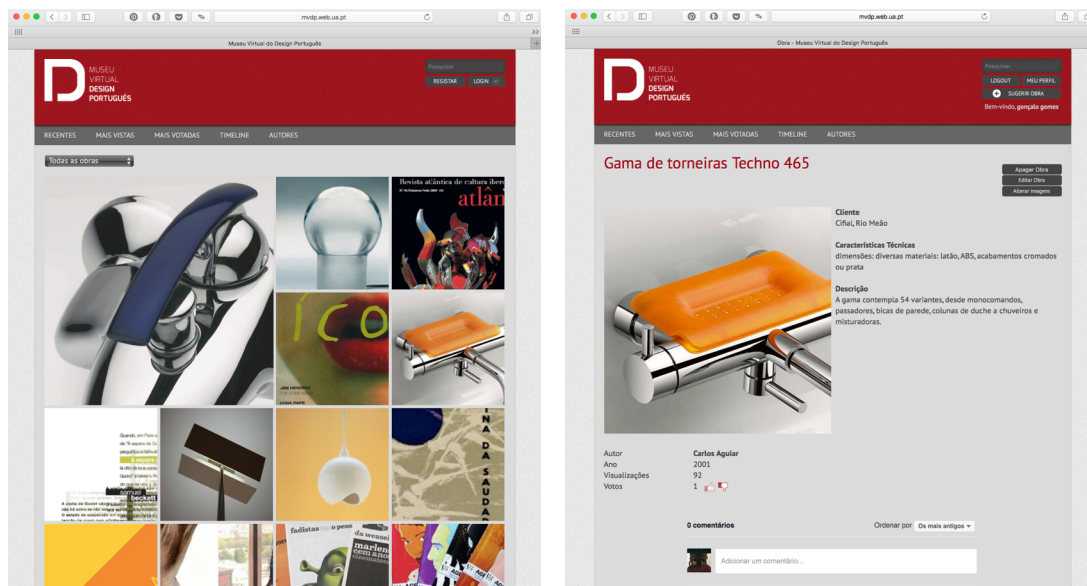


Fig. 4 – Museu Virtual do Design Português.
Homepage

Fig. 5 - Museu Virtual do Design Português.
Ficha de obra.

O projecto CIDES.PT (2012), que pretendia *"investigar, desenvolver e avaliar novas abordagens à história, à museologia e museografia do design, utilizando o design português como estudo de caso"* (Branco & Barbosa, 2015), constituiu-se como uma oportunidade para investigar a pertinência da inclusão dos conteúdos socialmente gerados no discurso da história do design português, tema central deste trabalho de doutoramento (Gomes, 2013; Gomes & Branco, 2014).

Este tema encontra em Derrick de Kerckhove uma primeira reflexão no seu livro *Connected Intelligence* (1997) através de um conjunto de ensaios onde antevia o surgimento de uma inteligência — mais que coletiva — conectiva, resultante da constituição de redes colaborativas incubadas pela internet. O conceito de *Webness*, ou *Connectedness*, como o fruto de *"ambiente quase orgânico de milhões de inteligências humanas, continuamente activas e a trabalhar em tudo e em nada, com um grande potencial para todos e nenhum"* (de Kerckhove, 1998), permitiu a Kerckhove defender que esta *"ligação mental entre pessoas ou as indústrias de redes (indústrias de inteligência)"* seria uma condição fundamental, juntamente

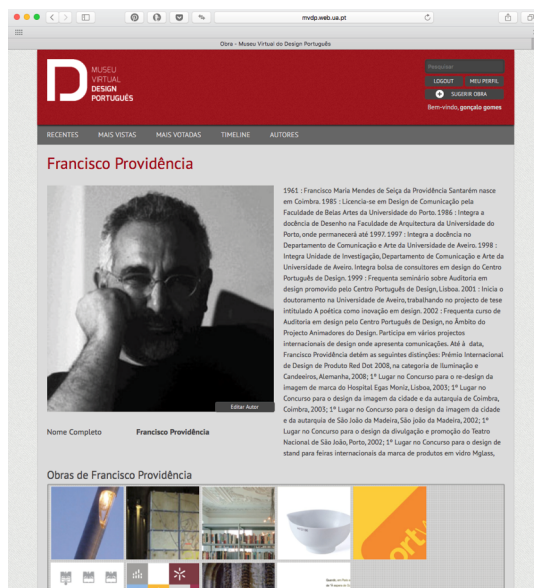


Fig. 6 - Museu Virtual do Design Português.
Ficha de autor.

com a interatividade e a hipertextualidade, para a imposição desta nova ecologia de redes. Defendia ainda que esta nova conjuntura sistémica viria a abranger a economia das indústrias do sector tecnológico e os novos hábitos cognitivos sociais e pessoais que entretanto se estabeleceriam (de Kerckhove, 1998).

Foi partindo do pressuposto de que hoje esta é uma realidade que se encontra praticamente implementada ao nível planetário, que procurámos trazer para o domínio da história do design português muitas das oportunidades que estas novas ferramentas de comunicação nos oferecem. Justifica-se assim a preocupação de investigar como as sociedades geram o conhecimento que se consolida em história e como esses processos podem ser potenciados por esta nova conjuntura tecnológica.

A importância de integrar o estudo sobre as dinâmicas sociais da geração da herança cultural na abordagem à história encontrou no historiador britânico Raphael Samuel um dos seus principais defensores, quando na sua obra, de 1994, *Theatres of Memory* (2012), desenvolve uma extensa reflexão sobre as várias formas como as sociedades fazem uso do "conhecimento não oficial" que possuem sobre o seu passado. Neste livro, Samuel aborda vários padrões comportamentais que vão, por exemplo, desde as preocupações genealógicas pessoais aos hábitos colecionistas de artefactos, procurando demonstrar como a construção da história é uma prática viva, dinâmica e diariamente requestionada pelo seu meio envolvente. Recusava assim o paradigma vigente à altura que defendia que

a herança cultural era simplesmente imposta⁴, normalizada e pouco relevante em termos do seu enquadramento social quotidiano.

Ficando fortemente conotado com o termo "*history from below*" (Harrison, 2010, p. 241), que procurava definir uma forma de história social focada na vida das pessoas, por norma, negligenciadas pelos historiadores — como as mulheres, crianças e classes operárias —, Samuel procurou promover os mecanismos de construção da história a partir das comunidades e das entidades não-institucionais, pretendendo assim trazer para este domínio científico as práticas destes agentes, mas, simultaneamente, sublinhando os benefícios para as próprias sociedades onde estas são desenvolvidas.

Foi partilhando alguns destes pressupostos que esta investigação procurou circunscrever o seu campo de intervenção, delimitando as fronteiras teóricas inerentes ao problema identificado. Partindo de uma realidade genérica, em que a sociedade, transversalmente, se constitui como o potencial objeto de estudo — sendo que todos consumimos e interagimos com artefactos —, tornou-se evidente a necessidade de procurar compreender os mecanismos de construção de memória, história e herança cultural, nomeadamente no âmbito das sociedades contemporâneas.

Encontrando-nos igualmente numa era em que as novas tecnologias da informação alteraram radicalmente a forma de comunicarmos, e assim, os processos inerentes ao modo como nos relacionamos em sociedade, considerou-se ainda relevante procurar entender como se processou esta mudança, quais as principais consequências que dela advêm e como se pode projetar o futuro tendo em consideração esta nova conjuntura, nomeadamente no que diz respeito aos novos instrumentos de patrimonialização social que dela emergem.

Por último, sabendo que, tal como identificado no problema, a nossa investigação se pretende assumir como um contributo para a história do design português, tornou-se também fundamental desenvolver uma perspetiva histórica do que tem sido a evolução deste campo de estudos ao nível internacional e de como, em Portugal, esta disciplina se tem implementado, a par da própria atividade profissional do design e da sua visibilidade.

Este enquadramento teórico permitiu-nos posteriormente desenvolver uma análise alargada da realidade portuguesa no uso das novas ferramentas de comunicação, especificamente na patrimonialização do espólio do design português, na configuração de novos conteúdos

⁴ Como acontecia, por exemplo, como a "*Teoria da Invenção das Tradições*" (Hobsbawm & Ranger, 1983)

associados aos artefactos, na caracterização dos seus principais intervenientes e, por último, como este contexto se poderá constituir como um ativo consistente no desenvolvimento da disciplina da história do design.

1.3 – Metodologia de Investigação

O trabalho agora apresentado pressupõe um conjunto diverso de esforços de pesquisa, os quais tiveram por base uma investigação global orientada, maioritariamente, por métodos qualitativos, complementados, pontualmente, com alguns métodos quantitativos. Estamos portanto na presença de um estudo de natureza metodológica mista, que, tal como nos explica Clara Pereira Coutinho, é uma abordagem que permite ao investigador recorrer à combinação de diferentes procedimentos, não ficando este "prisioneiro" de apenas uma das distintas opções (2014, p. 202). No nosso caso específico, a seleção pela conjugação de ambas as metodologias prendeu-se com o objetivo principal de procurarmos revelar diferentes aspetos da mesma realidade empírica (Ferreira & Carmo, 1998).

Ao incorporarmos na nossa investigação os domínios dos métodos quantitativo e dos métodos qualitativos, incrementamos naturalmente a complexidade da mesma. Contudo, foi segundo Creswell, Clark, Gutmann e Hanson (2002) que identificámos as três grandes vantagens desta abordagem:

1. *"the use of multiple methods can cancel out some of the limitations of certain methods"* – ou seja, encontrando nós sempre limitações nos métodos de recolha de dados, torna-se natural que a utilização de diferentes processos possa permitir anular alguns desses constrangimentos.
2. *"mixing different types of methods can strengthen a study"* – segundo Creswell, Clark, Gutmann e Hanson o cruzamento de dados obtidos através de diferentes métodos poderá permitir a validação de informação obtida por apenas um deles;
3. *"the complex social phenomena are best understood through different methods"* – sendo o fenómeno social uma realidade complexa, composta por várias dimensões e diversas variáveis, torna-se igualmente compreensível que o seu estudo seja igualmente assente na conjugação de processos distintos.

Embora estas sejam vantagens importantes, é igualmente essencial ter uma noção clara das dificuldades que poderão resultar desta prática. Vários autores dão como exemplo o custo, tempo, experiência e competência do investigador na utilização dos dois tipos de métodos, pois raramente ele domina, de igual modo, cada um desses tipos de métodos de forma a poder utilizá-los eficazmente (Ferreira & Carmo, 1998, p. 202).

Apresentando uma primeira secção exclusivamente de tipologia qualitativa, dedicada à recolha documental bibliográfica, a investigação evolui para um segundo segmento onde se desenvolve uma abordagem metodológica baseada nos princípios da teoria fundamentada construtivista — *constructivist grounded theory method* — (Mills, Bonner, & Francis, 2006). Embora esta seja uma teoria que se caracteriza por promover uma "*abordagem qualitativa sistemática de recolha e análise de dados a partir da qual se gera teoria*"⁵ (Holloway & Todres, 2006), foi no decorrer desta fase do trabalho que optámos por empregar alguns instrumentos metodológicos quantitativos que nos permitiram consolidar os dados recolhidos. Tal como nos referem vários autores (Glaser & Strauss, 1967) (Charmaz, 2006), no método *grounded theory* não trabalhamos com teorias dedutivamente geradas *a priori* e testadas em cenários empíricos, mas antes construídas com base nos dados gerados, pelo que a sua sistematização se tornou, no nosso caso, uma prioridade.

Assim, encontramos nesta investigação a clara aplicação dos princípios do método *grounded theory*, numa primeira fase, subjugados à pesquisa centrada na realidade dos conteúdos socialmente gerados e que nos foram permitindo evoluir, desde a sua caracterização geral para a definição das publicações a estudar e para o posterior tratamento de análise dos seus conteúdos. Numa segunda fase deparamo-nos com uma nova iteração do mesmo método, mas agora focado na pesquisa do universo dos dados provenientes da produção científica afeta à área da história do design em Portugal, permitindo-nos assim seleccionar os conteúdos a tratar, proceder à codificação dos seus dados, à sua análise e interpretação, e, por último, à comparação das duas realidades estudadas.

Posteriormente, desenvolveu-se ainda uma fase de seleção de casos de referência relativos ao universo dos conteúdos socialmente gerados, culminando num inquérito através da técnica de entrevista.

⁵ Tradução do autor.

Perante a delimitação do universo da produção de conteúdos relacionados com a história do design português, a partir dos seus historiadores e dos conteúdos socialmente gerados através das plataformas digitais web 2.0, a opção genérica pelo método *constructivist grounded theory* revelou-se essencial porque nos permitiu *"determinar qual o significado simbólico dos factos para os intervenientes no fenómeno em estudo"*, beneficiando da vantagem de permitir ao investigador partir para a investigação:

"sem ideias preconcebidas acerca de qual será o seu problema de investigação, partindo do princípio de que a teoria vai nascer, ser testada, e refinada ao longo da investigação, ou seja, o objetivo é desenvolver teoria, num processo iterativo de análise de dados/análise teórica, em que dos dados nascem padrões, esses padrões são testados com nova recolha de dados, emergindo a teoria a partir dos dados" (C. P. Coutinho, 2014, p. 302).

Face à multiplicidade de ferramentas a que recorreremos, e à relevância de cada uma, apresentamos uma fundamentação aprofundada e detalhada da sua aplicação à nossa investigação no início do capítulo V.

1.4 – Estrutura do documento

Dividido em seis capítulos sequenciais e complementares, o atual documento apresenta o trabalho de investigação desenvolvido. Este primeiro segmento esclarece o conjunto de questões relacionadas com a definição da problemática, o contexto em que esta investigação se inscreve, os seus desígnios metodológicos e a definição das hipóteses, fundamentais à sustentação dos desenvolvimentos posteriores. O corpo desta tese distribui-se depois por quatro capítulos, dos quais os três primeiros correspondendo às três grandes delimitações conceptuais inerentes ao enquadramento teórico da investigação e o último, de natureza prática, refere-se ao trabalho de pesquisa de campo desenvolvido. Por fim apresentam-se as conclusões retiradas deste processo de investigação e apresentam-se pistas para desenvolvimentos futuros.

Assim, no **capítulo II** inclui-se, numa perspetiva histórica, uma leitura transversal do que internacionalmente tem sido a evolução do campo de estudos da história do design, bem como as suas mais prementes tensões e vocações emergentes. Sendo este, por excelência, o campo de intervenção da nossa investigação é também para este que pretende verter parte significativa dos seus resultados objetivos. Nesse sentido, e atendendo a eleição da história do design português como caso de estudo, apresenta-se ainda a síntese do que tem sido o desenvolvimento da disciplina do design

em Portugal, quer seja no domínio da sua atividade profissional, na sua implementação ao nível académico e na sua visibilidade perante os públicos para quem esta projeta.

Assumindo-se, portanto, como uma pesquisa que se funda no nosso contexto histórico nacional, e cuja sua matriz inicial tem como pressuposto o estudo das práticas de patrimonialização de base social, encontramos no **capítulo III** a estruturação de uma reflexão inerente à compreensão dos processos de construção de herança cultural, nomeadamente no âmbito das sociedades contemporâneas. Encontrando-nos hoje perante uma realidade onde a participação social assume uma influência cada vez maior na forma como exercemos a nossa cidadania, tornou-se fundamental investigar o impacto que esta nova conjuntura introduz nos mecanismos de estruturação da memória e da história e, conseqüentemente, na definição identitária das sociedades. Sendo estes processos que, por norma, encontram nas emergentes tecnologias da comunicação um inevitável agente de transformação ao nível do suporte dos seus procedimentos essenciais, apresenta-se no **capítulo IV** o panorama histórico que originou esta mutação, associando-o às conseqüências e oportunidades que daí advêm. O facto destas tecnologias se terem tornado cada vez mais ubíquas, obriga-nos a assumir estas ferramentas como peças integrantes de um ecossistema em expansão, onde deverão operar em complementaridade com os mecanismos tradicionais e não como instrumentos facultativos aos processos de construção de memória.

É nesta conjugação de interesses, que tem por base a problemática da construção da herança cultural inevitavelmente reenquadrada a partir de um contexto tecnológico singular e da relação individual de cada um com a sua cultura material mais próxima, que se aprofunda o projeto de investigação descrito no **capítulo V**, centrado na procura de sintetizar o que tem sido a realidade da produção, de base social, de conteúdos relacionados com a produção industrial portuguesa, da participação na sua discussão pública e da sua comparação com os discursos oficiais, adotados pelas estruturas de produção de conhecimento tradicionalmente afetas à história do design.

Por último, encontramos no **capítulo VI** as conclusões referentes à nossa investigação, onde se pretende demonstrar como a patrimonialização do espólio do design português, a partir dos seus públicos, poderá contribuir para uma herança cultural futura mais significativa.

CAPÍTULO II

A CULTURA DA HISTÓRIA DO DESIGN

A definição do campo de estudo da presente investigação, enraizada na narrativa do que tem sido a história do design, implicou, à partida, o levantamento da evolução histórica da disciplina, nacional e internacionalmente, bem como a identificação dos seus principais atores e das práticas contemporâneas a si associadas. Sobre esta realidade foi fundamental avançar com a proposição de limites disciplinares, assentes na pesquisa sobre os seus antecedentes, procurando assim identificar o seu desenvolvimento, nomeadamente ao nível metodológico. Centrando-nos na bibliografia de referência, procurámos, numa primeira fase, reconhecer e recolher os padrões mais evidentes e pertinentes no que diz respeito ao desenvolvimento científico da disciplina da história do design ao nível internacional, e, numa segunda fase, à instituição e visibilidade do design em Portugal.

Assim, compilam-se neste capítulo os traços essenciais do que ao nível global se tem reconhecido como a área de estudos da história do design, desde as suas origens históricas até às mais atuais propostas de desenvolvimento da mesma. Especificamente no que diz respeito ao panorama nacional, procurou-se apresentar o que foi a implementação da prática do design no nosso país, os seus principais episódios, os intervenientes que mais se distinguiram, bem como as ações que mais contribuíram para a promoção da disciplina junto do público em geral. A procura de clarificar os processos a partir dos quais a instituição de algumas práticas avulsas conduziram à sua verdadeira implementação, e de como a sua comunicação se reflete na sua própria visibilidade, assegurou-nos a perspetiva histórica da realidade nacional na qual a nossa investigação se suporta e para a qual pretende contribuir.

No seu todo, e num quadro internacional mais amplo, este capítulo inicial permite-nos esclarecer o enquadramento metodológico orientador do que é hoje investigar sobre a problemática da história do design, partindo do que tem sido a discussão sobre a sua construção até ao momento e terminando nas suas emergentes linhas de investigação, nomeadamente sobre a influência dos estudos da cultura material, do consumo e usos dos artefactos. Ou seja, trazendo também para o objeto de estudo o consumidor e as suas práticas.

II.1 – A história da história do design

“Design is the touchstone of modernity that differentiates between ubiquitous vernacular forms, tools and craft practices that have evolved gradually and unconsciously over thousands of years, and the spirit of innovation that has animated designers to turn away from the habitual traditional materials and modes of making to objectify new technologies and social change” (Attfield, 2000, p. 13).

O design é hoje um fenómeno global que, entre uma profissão altamente empreendedora e uma disciplina académica estabelecida, se tornou igualmente num foco de lazer e consumo, um veículo de coerção política e simbólica — apropriado pelas mais obscuras e pelas mais benignas estruturas de poder — e um indicador informal dos desempenhos económicos, da regeneração cultural e do bem estar social (Julier, 2000, p.1). Revelando-se como um exemplo ímpar das marcadas transformações que se verificaram na relação entre arte, cultura, economia e sociedade nas últimas décadas, o design definiu-se, desde sempre, como um espaço charneira entre a arte e o sistema produtivo, onde a criatividade, invenção e inovação se questionam, compatibilizam e materializam em diversas formas, sempre em função de um desígnio comum (Quintela, 2014, p. 2).

Comummente referenciado como tendo as suas origens historicamente relacionadas com a Revolução Industrial, entre o fim do século XIX e inícios do século XX (Pevsner, 2001), reconhece-se que é no pós Segunda Grande Guerra que se dá início ao seu rápido e intenso desenvolvimento, instigado pelo contexto produtivo e consumista que a partir daí se gerou.

Sendo esta a realidade que a profissão estabelece e consolida é também naturalmente nesta que se implementa o seu sistema de ensino especializado, nomeadamente, e numa fase inicial, em Inglaterra, França e Estados Unidos da América.

A assumida normalização a que a disciplina se obrigou, na sua conversão para a realidade académica, impôs naturalmente a constituição do seu discurso histórico, enquanto dimensão fundamental do seu procedimento de distinção, independência e reconhecimento social da profissão do designer (Julier, 2000, p. 37).

Sendo que, tal como nos refere Kjetil Fallan, há muito que a arqueologia, a história da arte ou a história, no seu campo mais lato, trabalham o historial da existência de objetos desenhados, da sua conceção, manufatura, significado ou uso (2010 p.1), a verdade é que a história do design, enquanto disciplina de direito próprio, é um fenómeno relativamente recente, sendo o seu historial comparativamente curto

quando equiparada a outras disciplinas académicas. A falta, até há pouco tempo, de historiadores que se tenham dedicado exclusivamente ao tema, faz com que não existam muitos trabalhos exaustivos sobre a história do design e que a sua génese se tenha moldado essencialmente em torno de contributos avulsos de vários autores, como é o caso de Clive Dilnot (1984a; 1984b), Victor Margolin (1995a; 1995b; 2002; 2009), Jonathan M. Woodham (1995; 2001), entre outros.

Ainda assim, das várias tentativas de sintetizar amplamente a historiografia do design, verifica-se quase consensualmente que a obra *Pioneers of Modern Design: From William Morris to Walter Gropius*, de Nikolaus Pevsner, publicada pela primeira vez em 1936, se apresenta como o primeiro esforço profundo de apresentar uma análise séria sobre o que tinha sido a produção de artefactos até então. Embora Pevsner, um historiador que surgia do campo da história da arte, tenha consagrado grande parte da sua carreira à história da arquitetura, pode-se dizer que a sua contribuição para a história do design é inegável. Segundo Kjetil Fallan (2010), esta obra a par com as de Sigfried Giedion, *Mechanization Takes Command—a contribution to anonymous history* (1948), e de Reyner Banham, *Theory and Design in the First Machine Age* (1960) constituíram os únicos trabalhos de referência durante a primeira metade do século XX, pelo que dificilmente se pode falar, até esse momento, da história do design como uma disciplina autónoma e estabelecida.

Helena Barbosa, por seu lado, na sua investigação de doutoramento, sublinha a importância de duas obras fundadoras que, ao nível metodológico, considera estruturantes para o desenvolvimento da história do design (2011, p. 37): o livro de Hazel Conway *“Design history: a student’s handbook”*, de 1987, e o de John A. Walker *“Design History and the History of Design”* de 1989.

Composta por um conjunto de textos de vários autores, a obra de Conway é, no entender de Helena Barbosa, pioneira no âmbito disciplinar da história do design, colocando em causa, pela primeira vez, a abordagem centrada na dimensão estética dos objetos e chamando a atenção para as questões relacionadas com o domínio da produção e consumo dos artefactos. Conway traz ainda para o debate a problemática da importância da definição de critérios sustentados para a seleção e análise dos artefactos, salientando que, por oposição aos discursos que os historiadores vinham assumindo até aí — focados em *“factos ou artefactos eleitos pela intelectualidade como referenciais de uma época”* (Barbosa, 2011, p.39), prática denominada por Conway por *“heroic approach”* (Conway, 1987, p. 9) — seria fundamental trazermos para a disciplina da história do design o estudo dos objetos comuns e parte substancial da cultura de quem os usa.

A perspectiva de que a história do design deve passar a incluir a forma como interagimos com os objetos, central na nossa investigação, é aqui apenas introduzida por Conway. Contudo, viria a ser retomada por John A. Walker quando publica a obra *"Design History and the History of Design"*, onde aprofunda e solidifica, em grande medida, muito do conhecimento introduzido por Hazel Conway, sem, no entanto, deixar de o criticar pontualmente.

Nesta obra Walker debruça-se sobre a questão da justificação da existência da própria disciplina da história do design e, essencialmente, sobre o contexto em que esta emergiu:

"The awareness that a distinct discipline exists occurs when a sufficient number of practitioners become self-conscious about their activities and begin to join together to discuss common problems and interests. It is usually at this critical juncture that a professional organization is formed" (1989, p.1).

Assumindo esta realidade, Walker disserta então sobre a conotação da palavra "história" pois, segundo ele, do ponto de vista da clareza, seria importante esclarecer o seu duplo sentido. Se por um lado ela é sinónimo de eventos que aconteceram, é também, ao mesmo tempo, sinónimo da escrita sobre esses mesmos eventos. Sendo a história, neste segundo sentido a *"discipline whose object of study is the behaviour of human beings, human societies through time"* (1989 p.1), a sua escrita assume uma importância evidente.

Concretamente sobre a história do design, o autor começa por distinguir entre *"design history"* e *"history of design"*, pois, para ele torna-se fundamental fazer esta distinção porque só assim se consegue enquadrar, e separar, o "objeto de estudo" da "história do objeto". Ou seja, *"design history"* diria respeito à disciplina que emergia com o objetivo de explicar o design como um fenómeno social e histórico, enquanto a *"history of design"* se referia à história dos objetos de estudos da disciplina de *"design history"*. A *"design history"*, tal como o "seu antepassado imediato", a *"art history"*, consistiria, em termos académicos, num ramo de uma disciplina "maior", a história, e, tal como esta, deveria ter relações próximas com outras disciplinas, como a antropologia, arqueologia (em especial a arqueologia industrial) e a sociologia (Walker, 1989 p.1).

Ainda que as afinidades com o trabalho de Hazel Conway sejam evidentes, uma das diferenças principais diz respeito à organização do próprio livro. Enquanto Conway não evitou que a sua obra se organizasse em torno de subdisciplinas do design, Walker opta por organizar a sua obra em torno de questões mais amplas, sendo privilegiado e assumido o objetivo de levantar novas questões em detrimento da reprodução do conhecimento vigente.

Entre estas, Walker aponta para as dificuldades da reconstrução do passado a partir fontes pouco sólidas, manifestando que grande parte do material de estudo sobre a vivência social de uma época é quase impossível de recuperar pois existe apenas de forma fragmentada, e que assim será sempre difícil a reconstrução do contexto social que os artefactos se inseriam. O autor assume assim a responsabilidade dos historiadores do design deveria passar essencialmente pela reconstrução de sentidos e significados, para aqueles para quem foram desenhados os artefactos, e que, dessa forma, se encontram na sua génese.

É, em parte, neste sentido que Walker assume a importância de se desenvolverem estudos interdisciplinares como suporte à disciplina da história do design. Admitindo que a interdisciplinaridade era, por esta altura, uma palavra que vinha sendo cada vez mais associada à disciplina do design, o autor cita o exemplo da *Design Research Society* que reconhecia a sua atividade como interdisciplinar em duas situações distintas: 1) porque se dispersa por diversas artes e indústrias (moda, arquitetura, engenharia, etc.); 2) por sintetizar informação que chega de disciplinas distintas (ergonomia, sociologia, psicologia, etc.) (Walker, 1989, p. 35). Quanto à interdisciplinaridade na história do design, Walker avoca que ela já estava presente, pois:

“Design historians envisage that they will use concepts, theories and methods drawn from other disciplines such as sociology, anthropology, linguistics, art history and economics” (Walker, 1989, p. 35).

Parecendo-lhe completamente aceitável e adequado que os historiadores em design “aprendam” com outras disciplinas, Walker reforça a importância de manterem sempre uma atitude crítica e destrinchada, pois a natureza do objeto de estudo é diferente e as ideias “importadas” de outros campos de estudo podem ser contraditórias:

“A mere accumulation of different perspectives will tend to produce a relativistic confusion; again, discrimination is essential. In short, there is a danger that Design History could suffer from scholarly eclecticism and become an incoherent ragbag” (Walker, 1989, p. 36).

No entanto, é atento a esta oportunidade que Walker desenvolve uma proposta de modelo para a construção da história do design que incluía a relação entre ideia, produção, distribuição e consumo, pois, tal como nos diz, se a bibliografia em design era, até aí, caracterizada por publicações centradas em autores, ou em produtos, ou em estilos, ou em educação,

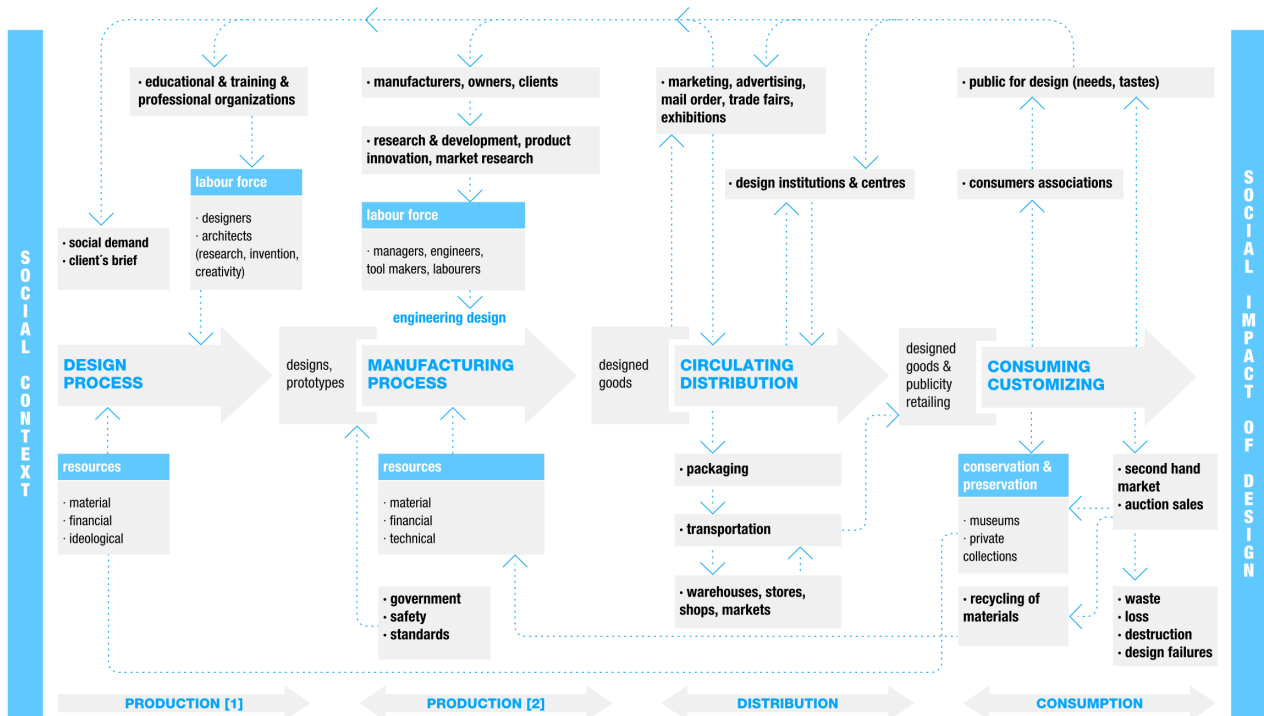


Fig. 7 - John Walker Design History Field of Research: Production-Consumption Model (redesenhado pelo autor)

faltava: *"a general account of how all these specific studies interrelate and, taken together, constitute a coherent totality."* (Walker, 1989, p. 68).

É nesse sentido que propõe um diagrama (Fig. 1) onde estas relações e ligações entre os vários intervenientes se tornam evidentes. Esta proposta, denominada *Production-Consumption Model*, para além de nos ajudar a ter uma visão global sobre o que ficava abrangido pela prática do design, colocava ao mesmo nível a relevância da questão da produção e a do consumo. A importância desta última, até então pouco debatida no âmbito da história do design, é fundamentada por Walker citando o exemplo da antropologia e da história social, e das suas metodologias, como referência de campos de estudo que já incluíam os processos de consumo nas suas preocupações, e que, dessa forma, se poderiam constituir como contributos válidos para a própria disciplina da história do design.

Segundo ele, esta questão, eminentemente social, partindo das origens, evolução e alterações que se foram verificando ao longo dos tempos, é fundamental para enquadrarmos o processo de receção dos artefactos por uma sociedade, quer seja estudada do ponto de vista da antropologia, abordando: *"(...) human customs, rituals, social structures and systems of interaction and exchange, myths, languages, modes of production and consumption, technologies and material artefacts"* (Walker, 1989, p. 125), ou da história social, integrando um: *"subject matter (...)"*

potentially infinite – it includes everything that exists and happens within society” (Walker, 1989, p. 129).

Sendo o modelo proposto por Walker, segundo Grace Lees-Maffei (Lees-Maffei, 2009), uma representação intencionalmente artificial — uma vez que o próprio desenvolvimento dos processos afetos à produção e ao consumo são interdependentes — a originalidade da solução assumida pelo autor possuía a clara vantagem de, em termos de interpretação, ser mais benéfico que os universos da produção e do consumo fossem tratados separadamente numa lógica linear e sequencial.

Encontrando-nos em domínios até há pouco muito raramente abordados pelos historiadores do design, estas eram questões onde o papel da esfera pública começa a tomar relevante relevância. Como desenvolveremos posteriormente, as relações entre produção e consumo assumem hoje particular relevo dentro da disciplina da história do design. Walker mostrou-se pioneiro neste campo, expandindo assim o campo de estudos da disciplina.

Abrangendo ainda questões como a receção e o gosto, o autor procurou sempre contribuir para o défice de discussão que até aí se vinha verificando no que dizia respeito à importância dos utilizadores e consumidores, pois, no geral, os historiadores em design focavam as suas investigações apenas nos aspetos relacionados com a produção — designers, desenho e fabricação — e na análise objetiva de produtos.

Embora salientando o importante papel que estas questões podem assumir na construção da história do design, Walker procura ainda nesta obra normalizar muito do conhecimento já produzido sobre as temáticas do consumo, receção e gosto, e sobre os pontos mais relevantes a partir dos quais os historiadores em design deveriam procurar desenvolver as suas metodologias e investigações. Mais uma vez, o autor recorre ao princípio da interdisciplinaridade defendido anteriormente, referindo que:

“Anyone proposing to research this subject would need to refer to a wide range of literature touching upon its various facets. (...) The challenge would be to bring all these strands together while still keeping design as the central theme” (Walker, 1989, p. 174).

Após esta publicação de Walker, e excetuando as já referidas contribuições avulsas de vários e importantes autores como Dilnot, Margolin, Buchanan ou Woodham, apenas em 2010 se assiste ao lançamento de uma nova obra de referência dedicada exclusivamente à reflexão sobre a disciplina da história do design. Este livro, denominado *“Design History: Understanding Theory and Method”*, da autoria de Kjetil Fallan, vem ampliar e aprofundar o conhecimento debatido nas publicações antecedentes —

fundamentalmente no que diz respeito à teoria, prática e metodologia para a construção da história do design — assumindo desde cedo a sua principal intenção: perceber de onde vem a história do design, onde se encontra neste momento e quais são as suas possibilidades para o futuro.

Verifica-se, pela estrutura apresentada na obra, que a este pretende essencialmente fundamentar a sua principal preocupação, centrada no argumento de que *"design history has much to benefit from an alignment with cultural history"* (Fallan, 2010, p. 149), e que:

"if design history is thought of as the history of design culture or as the cultural history of design, then not only will its relevance to the rest of the humanities and social sciences increase, it will also help integrate design history with these disciplines and share their exploration of new topics and methods" (Fallan, 2010, p. 150).

Esta questão emergirá, talvez, da formação do autor em estudos culturais, correspondendo este livro à publicação (revista) da sua tese de doutoramento. De qualquer forma, e assumindo o crescente interesse que se verificou desde a obra de Walker na relação da disciplina da história do design com as metodologias provenientes de outros campos, como por exemplo, a sociologia, a história da tecnologia e a antropologia cultural, torna-se fundamental dedicarmos um olhar atento às propostas de Fallan sobre alguns enquadramentos teóricos e sobre as metodologias que daí se podem importar, expandindo assim o estudo dos artefactos "desenhados".

Esta é uma obra apresentada em três secções distintas: Historiografia (*Historiography*), Teoria e Metodologia (*Theory and Methodology*) e Epistemologia (*Epistemology*).

Na primeira secção — Historiografia — assistimos à reflexão do autor sobre a disciplina, não procurado ser crítico sobre a mesma ou reivindicativo sobre outro qualquer modelo global para o entendimento da história do design. O autor reforça os conceitos adotados de que a história do design não deve ser a mera história da sucessão dos seus acontecimentos e que se deverá evitar a excessiva referência ao objeto e ao designer. Embora reconhecendo que a proximidade à história da arte terá mais para oferecer do que a simples "análise estética", Fallan alinha igualmente na ideia de que a herança da história da arte servirá apenas para estudar os artefactos com forte pendor artístico, excluindo, por exemplo, tudo o que se entende por design anónimo.

Torna-se assim óbvio que neste primeiro momento o autor procura apresentar uma visão geral metodológica focada no que tem sido o evoluir da disciplina, procurando permanentemente esclarecer o caminho que permitirá à disciplina: *"to be moved out of the shadow of art history."* (Fallan, 2010, p. 15).

Ainda dentro desta primeira secção, e tal como citado anteriormente, Fallan demonstra a preocupação de debater ao mesmo nível a relação da história do design com os estudos da cultura material e a subsequente evolução para uma "história cultural do design", apresentando assim um amplo campo de debate sobre o que deverá ser o futuro desta disciplina. Segundo Carma Gorman, na sua revisão à obra deste autor (Gorman, 2011), concordando-se ou não com a visão de Fallan, é possível que, graças à sua abrangência e atualidade, este capítulo possa complementar ou até substituir os ensaios de Dilnot, publicados em 1984 (1984a; 1984b) como a leitura obrigatória para os estudantes de história do design.

Na segunda secção do livro – Teoria e Metodologia –, o autor aprofunda e exemplifica algumas das sugestões que vinha avançando na primeira secção, nomeadamente no que diz respeito ao desenvolvimento de teoria e metodologia a partir da aproximação ao campo dos Estudos Sociais. Começa o autor por defender que, à semelhança do que acontece na história da tecnologia, onde se adotou o termo *"the seamless web of sociotechnology"*, o campo de estudo que interessa à disciplina da história do design, se poderia denominar *"the seamless web of sociodesign"*. Esta seria a melhor definição do que se pretende estudar nesta área quando, novamente à imagem do que aconteceu com a história da tecnologia, nos afastamos das tradicionais divisões entre os aspetos técnicos, sociais, económicos e políticos que estão na base do seu desenvolvimento.

Demonstrando que, da mesma forma que a Tecnologia, também o design não se desenvolveu isolado da sociedade, a sua evolução tem grande impacto em todos os seus sectores e ambos se transformam mutuamente e em correlação, Fallan recorre sistematicamente ao exemplo da história da tecnologia para tentar provar que se a tradicional noção de design, altamente contaminada pela arte, não serve os propósitos da prática, investigação e história do design, talvez se possa argumentar que o design tem tanto, ou mais, em comum com a tecnologia, do que com a arte, quando tratado enquanto fenómeno cultural e social (2010, p. 56).

Partindo deste pressuposto, o autor propõe aproximações aos campos de estudo dos *Science and Technology Studies - STS*, mais especificamente explorando alguns dos seus modelos teóricos e metodológicos, nomeadamente o *Actor-Network Theory - ANT*, o *Script Analysis* e *Domestication*. Avançando as especificidades e mais valias de cada um deles quando aplicados ao campo da história do design, bem como as suas fragilidades, o autor vê-os no geral como muito úteis principalmente porque os três: *"aim at moving back and forth between the sphere of production and the sphere of consumption/use in order to understand the co-production of meaning"* (Fallan, 2010, p. 90), e que,

dessa forma, permitiriam compensar a lacuna há muito identificada de que os historiadores tendem a focar-se exclusivamente numa destas esferas.

Por fim, na terceira secção – Epistemologia – Fallan dedica-se às questões específicas relacionadas com as terminologias, formação de conceitos e categorias, *“especially those arising when modern design culture is articulated as modernism”* (Fallan, 2010, p. 104). Embora esta última abordagem se revele mais abstrata e claramente do domínio filosofia, no geral caracteriza-se pela tentativa do autor para demonstrar e enquadrar a forma como termos e classes, como, por exemplo, “moderno”, “modernidade” e “modernismo” são usados hoje na história do design e nos estudos culturais.

Globalmente, a obra de Fallan vem reforçar a importância da interdisciplinaridade, já defendida por Walker, avançando com novos limites disciplinares a partir dos quais a história do design se pode desenvolver. A sua proposta de reconcepção do próprio termo que a define, como *“the history of design culture or as the cultural history of design”* (Fallan, 2010, p. 150), surge precisamente para poder incluir a aproximação aos estudos sociais e culturais que propõe, pretendendo assim tornar mais claro o impacto da disciplina do design na sociedade através do esclarecimento dos pressupostos sobre os quais a sua história deverá ser construída.

As obras referidas anteriormente surgem como marcos fundamentais da história da disciplina da história do design, onde os indícios da importância de uma maior participação social na sua construção vêm sendo apontados. Ao longo dos últimos anos assistiu-se ainda à publicação de diversas obras que se constituíram como fundamentais para a estabilização das bases teóricas da disciplina⁶ e que, embora nos pareça unânime que este é um campo de estudos que ainda não se encontra completamente normalizado como disciplina, se apresentam como sinais claros da sua pacificação. Como nos refere Gorman, sobre a publicação das obras *Design studies: a reader* (H. Clark & Brody, 2009) e *The Design History Reader*, (Lees-Maffei & Houze, 2010), quase em simultâneo com a de Fallan:

“(...) all three of these books are impressive works of scholarship that help further define the field as well as make it more teachable. And, taken as a group, they suggest that—as British writers have been arguing for a number of years—design history has indeed “arrived” as a discipline (...)” (Gorman, 2011).

⁶ Como é o caso da obra *Design history: an anthology* de 1995 (Doordan, 1995), *Design studies: a reader*, de 2009 (H. Clark & Brody, 2009) e *The Design History Reader*, publicado em 2010 (Lees-Maffei & Houze, 2010).

Voltando a Walker, e como referimos anteriormente, uma disciplina surge a partir do momento em que os seus atores começam a reunir-se e a discutir em conjunto os seus problemas e interesses. Tal como vimos no caso da realidade editorial, encontramos hoje, sobre diversos formatos, fortes sinais de que a realidade que cedo se estabeleceu na Grã-Bretanha está hoje cimentada em muitos outros países⁷.

A síntese aqui apresentada permitiu-nos analisar o contexto histórico que nos trouxe até ao campo de estudos que hoje se define como história do design. Edificado a partir de um contexto inicial muito enraizado na história da arte, este tem demonstrado uma enorme vitalidade num exercício de autocrítica que, atualmente, nos aponta para caminhos mais próximos da essência da própria disciplina do design, enquadrando-a como um mediador cultural que reconhece nas relações sociais o seu espaço de intervenção.

II.2 – As competências emergentes da história do design

A evolução histórica que descrevemos no ponto anterior aponta, claramente, para a discussão do papel dos públicos enquanto elemento importante na construção da história do design e abre espaço à apropriação de metodologias provenientes das ciências sociais enquanto importantes ferramentas para o seu desenvolvimento.

A consequente profundidade intelectual que a disciplina progressivamente veio assumindo permitiu, já há muito, a sua autonomização face às suas origens na história da arte. Embora ainda hoje se mantenham muitas questões por circunscrever, continuando assim refém da própria falta de consenso que o tema dos estudos em design por vezes parece revelar, a verdade é que a vitalidade que hoje encontramos no seu domínio científico em muito tem contribuído para uma clarificação do seu espaço, diminuindo os remanescentes equívocos, oriundos desse passado, que ainda se verificam.

⁷ No caso dos Estados Unidos, por exemplo, esta estabilização começou a verificar-se com a fundação do *Design History Forum*, em 1983, e com o lançamento, um ano depois, da revista científica *Design Issues*, que, embora surgindo com objetivos mais abrangentes, e que vão para além da história, é ainda hoje uma referência na investigação em design.

Em Milão, Itália, assistimos pela mesma altura ao surgir das conferências internacionais *Tradizione e Modernismo: Design 1918/1940* em 1987 e *Design: Storia e Storiografia* em 1991, que se tornam também como marcos importante na definição da disciplina da história do design (Fallan, 2010, p. 3). Igualmente no campo das conferências internacionais há ainda a salientar a organização bianual, desde 1999, das conferências do *International Committee of Design History and Studies - ICDHS*. Este evento tem sido organizado em cidades distintas, como Barcelona, Havana, Istambul, Guadalajara, Helsínquia, Tallinn e Aveiro, e é hoje a grande referência no que diz respeito à produção e discussão contemporânea de conhecimento na área da história do design ao nível mundial.

Tal como Fallan nos explica, mesmo na Grã-Bretanha, onde a disciplina mais se desenvolveu, continuamos a conseguir identificar, ainda hoje, a contaminação de características específicas da história da arte na produção científica sobre a história do design, inclusive na academia, onde há muito existem formações superiores especializadas em história do design (Fallan, 2010, p. 5). Esta será, segundo o mesmo autor, uma clara herança dos precedentes estabelecidos por Pevsner e Banham, mas também o resultado óbvio do facto de muitas das primeiras formações na área terem sido estabelecidas em departamentos de história da arte, sendo que, inclusive, muitos destes cursos combinavam a história do design com a da arquitetura e a história da arte.

A esta realidade acresce o facto de apenas em 1977 se ter fundado o *Design History Society* sendo que, até então, os historiadores de design integravam um subgrupo da *Association of Art Historians* nas suas conferências anuais. Tal como nos diz Fallan:

“entre muitos outros equívocos próprios de uma disciplina recente, acaba por ser compreensível que os seus limites demorem a definir-se e que as suas próprias áreas de intervenção, de alguma forma, se confundam” (Fallan, 2010, p. 5).

Assim, e no interesse específico desta investigação, torna-se importante tentarmos esclarecer porque é, por norma, considerada tão indesejada essa herança. Se por um lado é óbvio que a clarificação do espectro de cada disciplina é fundamental, é igualmente compreensível que a história do design incorpore em si muitas problemáticas em comum com a história da arte.

Fallan enumera as três tendências de problemáticas que se identificam na história do design e que vêm sendo desenvolvida sob a égide da história da arte: 1) Denota a evidente excessiva atenção às questões estéticas dos artefactos, sendo que a qualidade estética tem sido, por norma, o critério principal na seleção das obras fundamentais da história de arte; 2) Revela a tendência de ver os designers como “artistas/autores” e os artefactos como “criações/obras”, focando o seu objeto de estudo nos seus “melhores” intérpretes — o que, para além de ser altamente elitista e tendencialmente mitificador, contribui fortemente para o culto da personagem e acaba por privilegiar exclusivamente a relação criação/produção negligenciando a problemática do uso/consumo; 3) Revela o perigo de se cingir a um campo de investigação muito restrito, limitando-se ao universo mais próximo da arte (arte decorativa, arte aplicada e arte industrial) (Fallan, 2010, pp. 8-10).

Estamos assim perante uma disciplina que, desenvolvida nestes moldes, tem excluído, à partida, todos os artefactos que não considera

possuir um alto valor estético, os que não consegue atribuir um autor e, por fim, que inclui apenas os que se encontram na sua mais imediata esfera de influência. Como vimos anteriormente, o debate sobre a fundação de uma disciplina autónoma há muito que se verifica, sendo os seus frutos hoje visíveis e em contínuo processo de estabilização.

Uma das correntes que emerge dessa discussão revela uma tendência clara de aproximação ao estudo dos significados culturais dos artefactos em detrimento da clássica abordagem de análise baseada apenas nas suas questões formais. Ainda que pontualmente se tenha verificado, na história da disciplina, a inclusão de algumas questões relacionadas com o contexto de uso, para além do seu desenho e produção, até recentemente a atenção dada à mediação dos seus significados em contextos sociais alargados tem sido muito escassa. Esta é uma nova realidade que tem aproximado a disciplina da história do design a outras áreas de estudo, como é o caso da história social, os estudos culturais e, mais concretamente, os estudos da cultura material. Um olhar atento à produção científica destas áreas de estudo, recorrendo à bibliografia mais relevante, permite-nos verificar como os seus interesses específicos se cruzam, muitas vezes, com problemáticas do espectro do design.

Um dos primeiros exemplos absolutos, em que a definição do espaço de intersecção destas duas realidades se começa a reconhecer, chega-nos através da obra *"The Social Life of Things"* (Appadurai, 1988). Sendo esta uma das obras de referência no que diz respeito à fundação do campo de estudos da cultura material, a partir da qual estes foram desenvolvendo as suas principais matrizes de investigação, torna-se particularmente interessante verificar como, logo na sua introdução, Arjun Appadurai legitima a importância do design no contexto dos estudos da cultura material quando refere:

"For what we have to follow the things themselves, for their meanings are inscribed in their forms, their uses, their trajectories." (Appadurai, 1988, p. 5).

O seu capítulo *"The Cultural Biography of Things: Commoditization as process"*, da autoria Igor Kopytoff, apresenta uma reflexão profunda sobre a relação dos indivíduos com os objetos de produção industrial, demonstrando assim o interesse que esta área de estudos pode ter para o design. Este autor introduz o conceito de "biografia cultural dos objetos" (Kopytoff, 1988), como o resultado do processo de reformulação de significados que individualmente cada pessoa constrói sobre os inicialmente projetados pelo mercado e pela sociedade em geral (Lees-Maffei, 2009, p. 27). Para Kopytoff, *"In the homogenized world of commodities, an eventful biography of a thing becomes the story of the various singularizations of it, of*

classifications and reclassifications in an uncertain world of categories whose importance shifts with every minor change in context. As with persons, the drama here lies in the uncertainties of valuation and of identity." (Kopytoff, 1988, p. 90).

Assim, o mesmo autor propõe que a abordagem biográfica a aplicar aos artefactos se desenvolva nos moldes tradicionais da sociologia, dedicando-lhes questões concretas e objetivas da mesma forma que se colocam sobre os indivíduos que se estudam, dando como exemplo questões como:

- *"What, sociologically, are the biographical possibilities inherent in 'status' and in the period and culture and how are these possibilities realized?"*
 - *"Where does the thing come from and who made it?"*
 - *"What has been its career so far, and what do people consider to be an ideal career for such things?"*
 - *"What are the recognized 'ages' or periods in the thing's 'life', and what are the cultural markers for them?"*
 - *"How does the thing's use change with its age, and what happens to it when it reaches the end of its usefulness?"*
- (Kopytoff, 1988, pp. 66-67).

Kopytoff analisa ainda o papel social dos artefactos nas sociedades atuais, altamente "monetizadas", onde o seu valor estável enquanto matéria-prima se torna altamente variável na esfera da valorização individual. Resultando numa complexa relação de trocas comerciais baseadas nas abundantes classificações privadas individuais, o autor considera que este é um processo que muitas vezes gera conflitos e contradições, tanto na cognição dos indivíduos como na interação destes em sociedade. Contudo, como nos refere Grace Lees-Maffei, este facto não coloca em causa o seu valor desta abordagem enquanto material de análise para a história do design, antes pelo contrário, ajuda-nos precisamente a elucidar a conexão do objeto com o público no âmbito da relação entre a esfera da produção com a esfera do consumo (Lees-Maffei, 2009, p. 28). Sendo que, segundo Kopytoff, os significados dos artefactos são "manipulados" nesta conjuntura, a sua investigação permite-nos assim descortinar trajetos de investigação para a compreensão da sociedade em que estes operam.

Outro dos contributos relevantes, vindo dos estudos da cultura material, chega-nos através de Daniel Miller (D. Miller, 1987), nomeadamente pela sua obra *Material Culture and Mass Consumption*, de 1987. Embora neste trabalho Daniel Miller chegue a classificar a história do

design como: *"a form of pseudo art history, in which the task is to locate great individuals (...) and portray them as the creators of modern mass culture."* (D. Miller, 1987, p. 142), a verdade é que esta afirmação acabaria por se revelar verdadeiramente desafiante e inspiradora para os historiadores do design, fazendo inclusivamente com que Miller viesse a ser um dos oradores convidados na conferência da *Design History Society* nesse mesmo ano de 1987 (Fallan, 2010, p. 35). Miller trazia para as preocupações da história do design muitas das temáticas que o seu campo de estudo tinha vindo a debater, nomeadamente no que diz respeito ao consumo e uso dos objetos. Do ponto de vista dos historiadores do design, esta acabaria por ser uma "lufada de ar fresco" pois, tal como verificamos anteriormente, até esta altura o seu campo de estudos havia estado focado quase em exclusivo no processo criativo e produtivo dos artefactos, compreendendo-se assim o fascínio que estes temas terão provocado na comunidade.

Este era um debate transdisciplinar que agora se começava a impor. Da parte dos historiadores do design chegavam as críticas de que, embora do lado dos estudos da cultura material se verificasse um esforço relativo ao tema do consumismo, o domínio da produção era completamente negligenciado.

Victor Margolin, por exemplo, reconhece o valor desta visão, especialmente quando defende que: *"consumption is not a passive act but a creative project through which people put products to use in ways that were not necessarily intended by those who designed and produced them. Miller has thus broadened the context within which to study products in contemporary culture"* (Margolin, 1995a, p. 14), mas censura igualmente a excessiva conjugação dos termos "usos" e "consumo" pois, segundo Margolin:

"Unfortunately, social scientists have paid little attention to the product milieu. Sociologists and anthropologists have concerned themselves with issues of consumption rather than with issues of use." (Margolin, 2002, p. 52).

Fallan, por seu lado, concordando com Margolin, relembra que dentro da disciplina há outras abordagens mais abrangentes, tal como as que vimos anteriormente defendidas por Kopytoff e Appadurai, mas que também elas se revelariam excessivamente centradas no uso simbólico dos artefactos e negligenciam a sua forma e funcionalidade (Fallan, 2010, p. 37).

Esse é certamente o caso de Tim Dant quando em 1999 publica a obra *Material Cultural in the Social World* dedicando-se (novamente) à importância das nossas relações sociais com os artefactos que, segundo o autor, não são apenas produtos desenhados para nos ajudar a preencher as nossas mais básicas necessidades, mas também expressões de quem somos, do que somos e que conformam o progresso das nossas sociedades (Dant, 1999, p. 12). Dedicando dois capítulos a temas objetivamente do

âmbito dos estudos da história do design, "*Building and Dwelling*" e "*Wearing it Out: Written and Material Clothing*", Dant debruça-se, respetivamente, sobre a casa e os artefactos com que habitamos e a importância da contextualização do vestuário e dos seus significados. O autor remete-se à relevância sociológica destas situações, negligenciando a sua relação com a análise formal dos artefactos, ou seja, não ocupando o espaço de intervenção que pode, e em nosso entender deve ser ocupado pelos historiadores do design.

Este mesmo autor traz-nos em 2005 outra obra igualmente relevante, *Materiality And Society*, onde aprofunda estes mesmos temas partindo da perspectiva dos utilizadores finais e dos significados por si criados, por oposição à análise macro dos significados social e historicamente atribuídos que tinha desenvolvido no livro *Material Cultural in the Social World*. Nas suas palavras, esta segunda obra apresenta uma estrutura que evolui progressivamente:

"(...) from society as history towards the micro-level of interaction between a person and an object – the argument of this book is that ultimately this is how material culture is mediated in its embodied, non-symbolic mode" (Dant, 2005, p. 10).

É neste trabalho que Dant aprofunda o conceito da **interação material** (*material interaction*), que havia introduzido na obra anterior, com que pretendia definir o ato sob o qual os objetos "convidam e exigem" respostas, e através das quais os humanos estabelecem relações "quase sociais" com os mesmos (Dant, 1999, p. 120). Dant cita Michael Schiffer, um antropologista que defendia o estudo deste tipo de interação, quando este refere que "*human life consists of ceaseless and varied interactions among people and myriad kinds of things*" e desenvolve o que chama de ontologia para fazer sentido do "*material medium*" em que os humanos estão imersos a partir da premissa que todo o comportamento humano é comunicação (Dant, 2005, p. 6).

É neste contexto que Dant reconhece que a *interação material* é um processo dependente das capacidades humanas adquiridas socialmente, especificamente no que diz respeito à competência de interpretação da forma enquanto identificação da sua função. Estas capacidades, que se adquirem através da cultura, surgem igualmente embebidas nos artefactos com que lidamos, o que, segundo o autor, significa que cada objeto incorpora ações intencionais, que vêm dos seres humanos anteriores (que os conformam), e que são revelados na interação com o seu utilizador imediato. É através deste processo que a atividade humana tende a simplificar as suas interações com os artefactos, tornando-as menos complexas e mais imediatas, mesmo nas sociedades atuais em que o

envolvimento material é predominantemente artificial e altamente técnico, exigindo que nos relacionemos com objetos cada vez mais complexos que compreendem peculiares padrões de interação (Dant, 2005, p. 135).

Para Tim Dant nós crescemos a apr(e)ender estes padrões, apropriando-os para a nossa cultura da mesma forma que aprendemos a falar a língua que nos rodeia. Sendo o design preponderante no desenho destes artefactos, e, portanto, no desenho desta interação, podemos assumir, mais uma vez, o reconhecimento do contributo da disciplina dos estudos da cultura material no âmbito do design. A sua análise, do ponto de vista histórico, permitirá contribuir para o esclarecimento desta relação entre cultura, forma e interação, sendo que, do ponto de vista da sociologia e da antropologia a relevância da forma é habitualmente descurada.

Não obstante, a discussão sobre a definição do espaço de cada uma das áreas cedo permitiu o surgimento de trabalhos de investigação concretos onde o cruzamento das duas era evidente. Um dos casos mais significativos terá sido o de Alison J. Clarke, uma investigadora que surge da área da história do design e prossegue para estudos de doutoramento em antropologia sob a orientação de Daniel Miller. Segundo Fallan, será no seu livro, *"Tupperware—The Promise of Plastic in 1950's America"*, de 1999, que esta "polinização cruzada" é mais evidente, revelando a virtude de conseguir combinar as preocupações que surgiam das práticas do consumo com a materialidade do objeto projetado em todas as suas relações complexas. Na opinião de Fallan, estamos perante:

"(...) a highly inclusive design history encompassing both invention, design, technology, manufacture, marketing, retailing, reception, consumption and use of the artefacts in question" (Fallan, 2010, p. 38).

Clarke acompanha Tim Dant quando defende igualmente que estes processos de mediação social e cultural são adquiridos ao longo do tempo, mesmo através dos artefactos aparentemente mais triviais. Acrescenta, contudo, e talvez devido à sua formação em história do design, uma perspetiva mais abrangente no que diz respeito ao papel dos vários participantes no processo de construção de significados de um artefacto, incluindo, para além dos consumidores, os comerciantes, os distribuidores, gerentes de vendas e, inclusive, os *beta testers* dos produtos. Em sua opinião, o sucesso de um determinado produto não pode ser atribuído a um processo "monolítico", mas ao resultado de uma multiplicidade de forças, frequentemente conflitantes, e aos agentes que compõem a dinâmica entre a produção e o consumo (Fallan, 2010, p. 39).

Clarke, ainda que apresente uma obra muito influenciada pelos estudos da cultura material e, nesse sentido, menos densa no que diz

respeito às questões da produção, enceta um espaço no seio da história do design que até aí estava por abordar. Este seria, no entanto, um legado que Judy Attfield viria a prosseguir já na viragem do século.

Trazendo igualmente a “herança” de uma formação de base em história do design⁸, Attfield chega a ser considerada pelo próprio Daniel Miller umas das autoras que melhor conseguiu demonstrar a validade da abordagem dos estudos da cultura material para a história do design (D. Miller, 2006). Fazendo o percurso “clássico” de um início de carreira centrado na história do design, nos seus moldes tradicionais, herdados da história da arte, cedo a autora se questionou sobre a exclusão das várias outras perspectivas analíticas através das quais os estilos e as formas dos objetos, com os quais convivemos diariamente, poderiam ser analisados (D. Miller, 2006). Attfield foi mantendo a publicação regular de trabalhos académicos⁹ que foram revelando os espaços “paralelos” ao discurso da história do design vigente, dedicando-se à investigação de temas alternativos como o *kitsch*, o género ou o consumismo, onde a importância dos objetos de uso diário, o desejo e o gosto “popular” surgem em primeiro plano.

Esta autora introduz assim na jurisdição da disciplina o estudo das relações entre o público em geral e o universo da cultura material que o circunda, alterando por completo a perspetiva dominante — onde a presença humana se cingia a alguns designers reconhecidos —, elevando o dia-a-dia de cada indivíduo a objeto de estudo:

“More than anyone else she can therefore be credited with the invention of a new contemporary design history that can command a respected position within social science and the humanities, instead of being relegated to the poor sibling of art history” (D. Miller, 2006).

Hoje, Grace Lees-Maffei reconhece igualmente a importância de Judy Attfield no panorama contemporâneo da história do design, recordando o pioneirismo da autora no que diz respeito à aplicação de técnicas antropológicas e etnográficas na investigação no âmbito da disciplina. Maffei cita Attfield quando esta refere que: *“In the last twenty years consumption studies has grown from a precocious intruder to become an essential ingredient in the understanding of the history of design”* e aponta a sua obra, a par com de *“The Culture of Fashion”* de Christopher Breward,

⁸ Attfield, que havia sido a única autora a incluir um capítulo no, anteriormente referido livro de Jonh Walker *“Design History and the History of Design”*, denominado *“FORM/female FOLLOWS FUNCTION/male”*.

⁹ Ver: Attfield, J. (1994) *The tufted carpet in Britain: its rise from the bottom of the pile 1952-1970*. Journal of Design History 7: 3; Attfield, J. and Kirkham, P. (Eds) (1995) *A View from the Interior*, The Womens Press; Attfield, J. (1997) *Design as a practice of modernity*. Journal of Material Culture 3: 2; Attfield, J. (Ed.) (1999) *Utility Reassessed*. Manchester University Press; Attfield J. (1999) *“Bringing modernity home: open-plan in the British domestic interior”*, in *At Home: An Anthology of Domestic Space*, Ed. I Cieraad.

"*As Long As It's Pink*" de Penny Sparke e "*Twentieth Century Design*" de Jonathan Woodham, como exemplos da abrangência do tema do consumismo nos estudos da história do design (Lees-Maffei, 2009, p. 17).

De facto, a questão de expandir os limites da disciplina foi uma das preocupações constantes da autora, alertando persistentemente para a evidente limitação dos meios de pesquisa tradicionais, migrados da história da arte, que se restringem à dissecação do processo produtivo dos artefactos, não permitindo assim a correta análise do seu impacto social. Tal como Attfield nos diz:

"The practice of interpreting the production and consumption of design is not merely a matter of discovering the 'facts'. Institutions responsible for collection and conservation of the nation's material heritage are particularly sensitive to the importance of a more socially inclusive policy to that which was exercised in the past" (Attfield, 2000, p. 25).

Desta forma, Attfield transfere para os artefactos de uso diário e, conseqüentemente, para a problemática do consumo, a responsabilidade de desempenharem um papel mais ativo no que diz respeito à construção de uma história do design socialmente mais sustentada. A autora faz prova desta relevância recorrendo à introdução de métodos e ferramentas transdisciplinares que, dessa forma, abriram novas perspectivas neste campo de estudo, não se limitando à mera sugestão dos processos através dos quais esta realidade seria possível.

Resumindo, nas palavras da autora:

"A material culture approach in the study of the history of design (...involves...) investigating the history of design primarily for what it can reveal about the social meaning of things, rather [than] from the more usual judgmental, functional or aesthetic standpoint (...This is) dangerous for those who still see themselves as guardians of 'good design'" (Lees-Maffei, 2009, p. 17).

É como exemplo de um dos modelos mais completos da incorporação desta conceção que a obra *Wild Things – The Material Culture of Everyday Life*, de 2000, se destaca, apresentando a sua ampla investigação acerca das questões relacionadas com o design e identidade, os significados nas relações homem-artefacto e a "vida social" dos objetos.

Considerada por Daniel Miller uma obra central para a história do design e um contributo importantíssimo para a área dos estudos da cultura material em geral (D. Miller, 2006), neste livro Attfield começa por fundamentar como a visão abrangente, que resulta da junção destas duas áreas, apresenta a virtude de não excluir qualquer fração do "mundano"

quotidiano do universo de objetos com que lidamos diariamente, representando assim a necessidade da história do design se aventurar em territórios antes considerados fora da sua competência (Attfield, 1999, p. 373). É encarando esta visão como um antídoto para a tradicional "abordagem heróica" e dinamizadora do aprofundar dos estudos do consumismo no âmbito da história do design, que a autora desenvolve a sua narrativa em torno do termo *Wild Things*, expandindo a definição de "coisas" (*things*) para algo que: "*start out as a conglomerate clutter of artefacts that make up the totality of the physical world not as a raw mass of matter, but as material culture with human associations in as much as it is informed by meanings as fundamental as identity, life and death.*" (Attfield, 2000, p. 9). Dentro deste conceito, Attfield avança duas tipologias de "coisas", uma primeira denominada "*Things with Attitude*", e que engloba a visão modernista do design enquanto ferramenta operativa que desenha coisas novas com o objetivo de melhorar o mundo, e uma segunda, "*Design in the Lower Case*", que incorpora o design enquanto atividade que todos praticamos diariamente e que dá origem às "coisas selvagens" (*Wild Things*), ou seja, artefactos que são apropriados, alguns reinterpretados ou reinventados, e que no seu todo constituem a componente principal da nossa cultura material.

Maioritariamente, Attfield foca a sua atenção neste segundo conjunto de "coisas", que, segundo ela:

"(...) store memories and interrupt the flow of time to restore a sense of continuity as well as to reflect change and contain complex and apparently irreconcilable differences" (Attfield, 2000, p. 265).

Procurando assim alargar o conceito de "objetos de design", nesta obra a autora dedica-se à justificação da relevância destes artefactos e ao fundamentar do quadro teórico sobre o qual estes deveriam ser enquadrados na disciplina da história do design.

Assumindo claramente que o seu objeto de estudo não se pretende focar nos objetos em si, mas antes na forma como "*(...) people make sense of the world through physical objects*" (Attfield, 2000, p. 1), a autora avança com a noção de **apropriação**, um conceito chave pós-moderno que surge da área dos estudos culturais, como sinónimo do processo de compreensão que os indivíduos desenvolvem sobre objetos e processos de design. Para Attfield, a apropriação acontece quando os artefactos, que são desenhados por designers com intenções específicas, adquirem novos significados nas mãos dos seus consumidores e que estes podem ser completamente distintos entre os diferentes sectores da sociedade. Estes valores são significações que os designers nunca conseguirão controlar, mas que, contudo, devem ser alvo de atenção especial por parte dos historiadores

pois revelam interpretações dos objetos que ultrapassam o tradicional processo de desenho de um produto.

Outro dos conceitos que Attfield introduz através desta obra, e por influência direta de Daniel Miller, é a ideia de **objetificação**, adotando este termo como a definição do processo pelo qual os objetos são usados para construir identidades pessoais e memórias, revelando assim o seu papel enquanto mediadores sociais. Neste contexto específico, Attfield critica algumas visões dos estudos da cultura material que tendem a generalizar “identidades de grupo”, nomeadamente no que diz respeito à análise dos hábitos de consumo. Segundo ela, estes processos tendem a identificar e reproduzir imagens dos estilos de vida representados nas práticas orientadas para o mercado — como é o caso do marketing — em vez de demonstrarem como estas pessoas se apropriam dos artefactos e geram os seus “significados selvagens” (*wild meanings*).

Como podemos constatar, a aproximação da área dos estudos da cultura material à história do design, que se vinha verificando no fim do século XX, é hoje uma realidade bem presente. Embora Toke Riis Ebbesen e Susann Vihma nos alertem ainda para a ausência quase absoluta de qualquer contributo dos estudos da cultura material relativos ao domínio da estética, e que, quando observamos as suas áreas limítrofes, como a sociologia ou a antropologia, o entendimento sobre as questões estéticas são maioritariamente ingénuas e/ou confusas (Ebbesen & Vihma, 2006, p. 5), a verdade é que também aí existe um espaço em aberto onde a contribuição dos historiadores do design pode ser fundamental.

A identificação de alguns conceitos chave permite-nos reconhecer algumas das conexões possíveis, sendo claro que a grande discussão converge para a centralidade da análise, focando-se esta nos artefactos e na sua análise formal, tal como é requerido pela história do design, ou, por outro lado, concentrando-se nos utilizadores e nos significados que estes atribuem aos objetos, tal como os estudos da cultura material enunciam.

Segundo Kjetil Fallan, não seria do interesse de qualquer uma das áreas de estudo alterar o seu foco, com o objetivo de o tornar mais abrangente, mas antes aproveitar o trabalho que tem sido desenvolvido em cada uma delas tornando-os complementares. Este seria um processo que exigiria uma clarificação da abordagem de cada um e o desenho de um modelo de investigação que integrasse as relações entre a esfera da produção e do consumo. Segundo o mesmo autor, os estudos da cultura material ainda não o fez, mas a sua existência seria altamente vantajosa para a história do design, pois é na mediação entre produtores/designers e utilizadores/consumidores que melhor se compreende o papel do design no âmbito da cultura material (Fallan, 2010, p. 38).

A oportunidade de expandir a sua influência à totalidade da produção material e a competência de incluir nos seus discursos as questões simbólicas relacionadas com os usos e o consumo, exige esta capacidade de desenvolver as ferramentas específicas que fomentem a investigação transdisciplinar. Tal como no projeto de design em si, esta deverá ser uma verdadeira transdisciplinaridade em que o papel de cada interveniente estará definido à partida. Como sabemos, estes não são desafios estranhos ao design, pelo contrário, encontram-se na origem da própria disciplina, e também por isso, fará todo o sentido que o mesmo se verifique na definição do enquadramento teórico da sua história.

II.2.1 - O modelo Production-Consumption-Mediation Paradigm [PCM]

O debate sobre um modelo consensual do que deverá estar sob a competência da disciplina da história do design está assim, há muito, em franco desenvolvimento. O interesse que se tem verificado por novas abordagens, como vimos anteriormente, veio promovendo desvios ao padrão de investigação que institucionalmente se reconhece e tem igualmente obrigado os seus principais intervenientes a elaborar profundas reflexões sobre a definição do seu espectro de intervenção, bem como sobre as relações internas entre as diversas singularidades que o validam enquanto campo de estudos.

Como referimos anteriormente encontramos em John A. Walker, e na sua obra *"Design History and the History of Design"*, uma das primeiras tentativas de estender o campo da história do design para lá da relação que vinha mantendo com a história da arte. Nesta publicação surge pela primeira vez alguns capítulos¹⁰ dedicados ao ciclo de vida dos artefactos projetados, nomeadamente adicionando às questões tradicionalmente abordadas, relacionadas com a autoria e produção, as problemáticas inerentes ao seu consumo. O igualmente já referido diagrama exposto no seu capítulo *"Production-Consumption Model"*, apresenta, nas palavras do autor: *"a general model of the production, distribution and consumption of design"*, permite-nos *"(to) see at a glance where a particular study belongs and to identify those topics which currently receive little attention."* (Walker, 1989, p. 68).

Como será compreensível, é natural que face aos novos desafios que a disciplina foi enfrentando este seu enquadramento não se demonstre hoje suficientemente "robusto" para poder incorporar as diferentes

¹⁰ Falamos dos capítulos *"Designers and Design Goods – The Proper Objects of Study?"* e dos já referidos *"Consumption, Reception, Taste"* e *"Production-Consumption Model"*.

derivações científicas que, entretanto, se impuseram. No entanto, é a partir desta sua proposta que Grace Lees-Maffei, no seu artigo *"The Production Consumption Mediation Paradigm - PCM"* (Lees-Maffei, 2009), nos apresenta um novo modelo de quadro conceptual sobre o qual demonstra como a história do design se tem afastado das suas origens, tornando-se numa disciplina sólida, autónoma e mais abrangente.

A autora introduz neste modelo, para além dos já estabelecidos focos na **produção** e no **consumo**, a ideia da **mediação** enquanto objeto de estudo, classificado pela própria como a "terceira corrente" (*third stream*) da história do design. Maffei defende que estudar a mediação equivale a investigar sobre o fenómeno que ocorre entre a produção e o consumo, sendo que esta relação:

"brings together issues of production and consumption, illuminating not only the importance of mediating channels (...) but also illuminating the role of designed goods as mediating devices; mediating identity, mediating between individuals, the world is mediated through objects which are designed" (Lees-Maffei, 2009, p. 6).

Esta é uma visão global da disciplina que hoje aparenta dar suporte à multiplicidade de variantes que ela encerra. A sua delineação permite-nos enquadrar e relacionar a sua evolução histórica e os resultados que daí foram emergindo, com as novas abordagens que hoje se aventuram por áreas inexploradas. Um olhar mais atento ao trabalho desta autora parece-nos, assim, fundamental no âmbito desta investigação, pois valida em grande medida a inclusão do papel do consumidor final, não como um sujeito passivo, mas como um construtor de significados sobre os artefactos com que interage. O modelo PCM ajuda-nos a delimitar o enquadramento destas práticas no seio da matriz de desenvolvimento da disciplina da história do design, permitindo-nos igualmente relacioná-lo com os restantes intervenientes que historicamente nesta foram ocupando o seu espaço.

A leitura desenvolvida por Grace Lees-Maffei sobre o progresso deste campo de estudo é, em si, um documento importante para a evolução da história do design. Através do exemplo por si proposto, como expansão do modelo de Walker, fica demonstrado como os três eixos — produção, consumo e mediação — apresentam mais valias para a disciplina, indicando igualmente os seus percursos para um desenvolvimento futuro cimentado.

O foco na produção

Para Maffei, desde a sua génese, a história do design tem assumido a tendência de privilegiar a produção como objeto de estudo, nomeadamente através da análise de designers, fabricantes e artefactos, centrando a sua

pesquisa nos dois vetores que estão, segundo a autora, na origem da história do design: as raízes da disciplina na história da arte e a duradoura influência de Nikolaus Pevsner.

À semelhança do que vimos anteriormente, Grace Lees-Maffei sublinha igualmente que o contexto em que a disciplina se institui na Grã-Bretanha (como fruto da recomendação governamental de que o ensino superior em arte e design teria de estabelecer a componente teórica que o sustentasse), contribuiu imenso para que, ainda hoje, se note a tendência de privilegiar a produção e o "gosto" no ensino. Este discurso, dirigido a futuros designers, promove o conhecimento do portfolio de designers e empresas famosas que, à partida, lhes são apresentados como exemplares e, assim, supostamente lhes ensinará os "segredos do sucesso" (Lees-Maffei, 2009).

Esta é uma abordagem que surge no seguimento dos primeiros esforços dos denominados "pioneiros da história do design", onde mesmo em algumas das mais importantes obras que sucederam ao texto de Pevsner, como é o caso do livro *Mechanization Takes Command: A Contribution to Anonymous History* de Sigfried Gideon, editado em 1948, e *Theory and Design in the First Machine Age*, de Reyner Banham, publicado em 1960, se mantem sempre a discussão global centrada nos mesmos pontos: objetos, autores e as suas influências (Julier & Narotzky, 1998, p. 3). Até recentemente ainda encontrávamos obras editadas onde esta perspetiva prevalecia¹¹, tendo em comum a procura da excelência do design priorizando o seu entendimento estético, da mesma forma que vinha sendo feito com a arte, ou seja, tal como nos refere Fallan, "*a design history based on the established canon of "great" designs and "great" designers*" (Fallan, 2010, p. 13). Lees-Maffei alerta-nos ainda para o facto de que este exercício está sempre dependente da apreciação formal das qualidades dos artefactos, uma prática que deriva das metodologias da museologia, assente no *connoisseurship* e na "história dos estilos" desenvolvida pelas artes decorativas, que, como se verifica em diferentes publicações, baseia-se em definições de "estilo" e "arte" que nem sempre são coincidentes (Lees-Maffei, 2009, p. 13). Guy Jullier e Viviana Narotzky, por seu lado, preferem sublinhar que o legado destes primeiros autores não deve ser esquecido. Segundo estes, se esta abordagem, que emerge da história da arte, tem vindo a ser alvo de inúmeras críticas e, tal como acontece na arte, progressivamente abandonada, a verdade é que ainda hoje:

¹¹ Como por exemplo *In Good Shape* de Stephen Bayley em 1979, *Cult Objects* de Deyan Sudjic em 1985, *Design of the 20th Century* de Charlotte & Peter Fiell em 2012.

"Hardly a design history text appears without confirmation or refutation of the Pevsnerean model of history" (Julier & Narotzky, 1998, p. 2).

John Walker, por seu lado, preferiu relembrar que ao nos limitarmos ao espectro da produção de artefactos na perspectiva de seleccionar os "bons artefactos" e os "bons designers", estamos a assumir o estabelecimento de um cânone inerente à definição de design, da mesma forma que é feito na literatura, na música e nas artes visuais (Walker, 1989, p. 62). Contudo, o próprio Walker sublinha que a complexidade da disciplina exige incluir na criação da sua história um leque mais alargado de exemplos, caso contrário corre-se o risco de assistirmos a uma "corrida de estafetas" onde *"the baton of genius or avant garde innovation passes from the hand of one great designer to the next in an endless chain of achievement"* (Walker, 1989, p. 63). Walker usa ainda a analogia de uma serra para melhor defender o seu ponto de vista. Segundo ele, sendo o design uma prática que se desenvolve em vários planos, com mais ou menos visibilidade e mais ou menos tangibilidade, não pode ser apenas avaliado pelas suas expressões mais visíveis e mais tangíveis, ou seja, *"the geography of a mountain range cannot be understood in terms of peaks alone"* (Walker, 1989, p. 63).

A limitação do espectro de análise é igualmente questionada por Jullier e Narotzky, nomeadamente no porquê desta abordagem da história do design se ter praticamente limitado ao estudo de objetos tridimensionais e apenas a determinadas tipologias. Segundo estes autores, por exemplo, o mobiliário, e mais concretamente as cadeiras, têm sido alvo de grande interesse por parte dos historiadores de design, e conseqüentemente de muita da sua produção editorial, e no entanto, em 1996, esta componente apenas terá sido contabilizada como 8% de toda a indústria de design no Reino Unido nesse mesmo ano (Julier & Narotzky, 1998, p. 4).

É neste sentido que o desenvolvimento da história do design com o foco excessivo na produção tem contribuído para o que Jullier e Narotzky chamam de mito contínuo e fetichização do modernismo como paradigma da história do design (Julier & Narotzky, 1998, p. 2). Grace Lees-Maffei recupera a visão de Tony Fry quando este, em 1988, defende que, quer seja pela produção editorial, pelas práticas curatoriais, pela pedagogia ou pela combinação das anteriores, é a própria disciplina da história do design que fomenta esta produção de objetos de design como fetiche, quer seja na sua reificação, estetização, descontextualização ou recontextualização (Lees-Maffei, 2009, p. 10).

Exige-se, portanto, deste ponto de vista o desenvolvimento de uma visão da história do design que, ainda que focada na produção, rejeite essa

fetichização do objeto. Para Maffei, a obra de Tony Fry, *Design History Australia*, de 1988, surge exatamente como o exemplo de uma primeira proposta onde se reconhece que:

"the 'design object' is constituted in and has no independent existence outside discourse. This is to say that it is a product of theory rather than simply an object in the world which is directly observable" (Fry, 1988, p. 75).

O foco no consumo

"In the main, design historians have focused upon aspects of production – designers, designing, manufacture – and the analysis of products rather than upon an equally crucial dimension – the role of users and consumers. I am including a brief discussion of consumption, reception and taste to correct this imbalance" (Walker, 1989, p. 174).

Como vimos anteriormente, a introdução do tema no âmbito da história do design acontece, de forma explícita e sustentada, através da obra de John Walker *"Design History and the History of Design"* publicada em 1989. Embora a questão do consumo já tivesse sido introduzida anteriormente, nomeadamente por Adrian Forty na sua obra de 1986 *"Objects of Desire"* (Forty, 1986), é Walker que finalmente assume o consumo como uma preocupação relevante para a disciplina e a promove enquanto a área de estudo que viria a ser desenvolvida na década de 90 do século XX (Lees-Maffei, 2009, p. 13).

Contudo, no que diz respeito às influências que estiveram na base do interesse académico por este tema, Grace Lees-Maffei cita os historiadores Matthew Hilton e Martin Daunton que o atribuem aos ensaios críticos à sociedade de consumo introduzidos por Guy Debord e Jean Baudrillard (Lees-Maffei, 2009, p. 13) publicados a partir da década de 70 do século XX. Para Hilton e Daunton, o desenvolvimento da história do design focada no consumo surge fortemente influenciado pelos progressos da teoria da cultura, encontrando-se o seu principal foco nos:

"means by which identities are established in a commodified world, whether by the conscious actions of consumers themselves, the deliberate manipulation of their desires by the marketing and sales experts, or by the interaction of people with a range of goods, the function of which is hidden beneath an enormous array of symbolic meanings and imagery" (Hilton & Daunton, 2001 in Lees-Maffei, 2009).

Grace Lees-Maffei indica igualmente às correntes Estruturalistas e Pós-Estruturalistas, de origem francesa e inicialmente desenvolvidas no

âmbito dos estudos linguísticos, como uma das fontes de informação particularmente úteis para os historiadores do design. Especialmente o trabalho de Roland Barthes, e os seus ensaios *Mitologias* (2012), escrito em 1957, e *Image-Music-Text* (1977), popularizaram a ideia, no espaço da história do design, que o leitor/consumidor poderia ser tão importante quanto o escritor/produtor na construção de significado dos artefactos (Lees-Maffei, 2009, p. 14).

É precisamente a partir deste contexto que John Walker sustenta grande parte da sua argumentação, avançando, inclusive, com a utilização de terminologia proveniente do campo da literatura para diferenciar a produção da história do design. Apontando a obra “*Mitologias*”, de Barthes, como um excelente objeto de análise, durante o capítulo 6 — “*General Problems of History Writing*” —, Walker analisa as abordagens semióticas estruturalistas baseadas nos estudos linguísticos de Saussure, e no entendimento antropológico de “mito” e “símbolo”, propondo-os como ferramentas a utilizar na procura de revelar conhecimento respeitante ao consumo de artefactos em contextos sociais (Walker, 1989, pp. 74-98). Esta é uma fundamentação teórica que surge igualmente associada a outros historiadores do design, como é o caso de Adrian Forty quando este constata como este processo de “mitificação” pode ser usado em proveito dos designers e, em última análise, de forma comercial, referindo-nos que:

“Unlike the more or less ephemeral media, design has the capacity to cast myths into an enduring solid and tangible form, so that they seem to be reality itself” (Lees-Maffei, 2009, p. 15).

Da mesma forma, vários outros autores (Fallan, 2010; Folkmann, 2014; Julier & Narotzky, 1998) referem-nos que a introdução ao tema do consumo surge através do trabalho desenvolvido no *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* por autores como Richard Hoggart, Dick Hebdige, Stuart Hall e Tony Jefferson que, igualmente desde os anos 70, vinham tornando relevante essa abordagem dentro do campo da história do design. Embora o seu campo de investigação não tenha o design como o seu foco de estudo, mas antes o fenómeno cultural, o consumo de massas e a representação cultural, muita da sua análise era desenvolvida a partir de produtos e de objetos, e da forma como socialmente os seus significados evoluem, não só nos discursos pessoais, mas também através dos próprios artefactos e da forma como as pessoas se relacionam com eles (Attfield, 2000; Dant, 1999; D. Miller, 1997).

Um dos exemplos mais citados (Folkmann, 2014; Lees-Maffei, 2009) é o estudo de Dick Hebdige sobre a *scooter* italiana onde fica demonstrado que, embora os designers e fabricantes muitas vezes tenham determinadas intenções sobre as suas criações/produtos, quando estes chegam ao

consumidor estes podem dar-lhes usos completamente inesperados (D. Hebdige, 1981 in Lees-Maffei, 2009, p. 15). Focando a sua investigação no desenvolvimento de variadas análises culturais sobre objetos, Hebdige sintetiza o seu esforço na questão:

"(how can we) hope to provide a comprehensive and unified account of all the multiple values and meanings which accumulate around a single object over time, the different symbolic and instrumental functions it can serve for different groups of users separated by geographical, temporal and cultural location?" (Hebdige, 1988, p. 80 in Folkmann, 2014).

Segundo Mads Folkmann, Hebdige sempre defendeu que a análise crítica desta interação com os artefactos se deveria separar em diferentes momentos, nomeadamente no que diz respeito ao período da sua produção, da mediação e do consumo (Folkmann, 2014). Para Hebdige, estes seriam os três momentos de "relevância cultural", no que diz respeito ao uso, significado e valorização dos artefactos, tornando assim clara a importância vital do design enquanto principal interveniente na "modelação" destes distintos contextos, sublinhando a relevância do papel do consumidor na geração de significados e práticas que acontece em torno dos artefactos e no valor que esta informação assume para a história do design.

Na mesma linha de pensamento, é importante referir a apropriação que Tony Fry assume do modelo *"encoding/decoding"* de Stuart Hall (2004, p. 117), onde este autor defende que a emissão televisiva se constrói a partir de uma série de codificações que são depois descodificadas, de forma individual, pelos telespectadores tornando-se assim numa experiência singular e pessoal. Para Fry:

"Design is essential in the economic and cultural production (the encoding) of our world as well as in its economic and cultural consumption (the decoding). These two moments are not separate poles, they are, in fact, brought together all the time, they exist in relation to each other and in the same moment" (Fry, 1993 in Lees-Maffei, 2009, p. 15).

Da área da antropologia assistimos igualmente a alguns contributos para a sustentação da investigação do papel do consumidor no âmbito da história do design. Em especial todo o trabalho de Daniel Miller, já anteriormente referido, é por diversas vezes mencionado por vários autores como uma referência neste domínio, como acontece, por exemplo, com Alison J. Clarke, que nas conclusões do seu livro *Tupperware: the Promise of Plastic in 1950s America*, o cita referindo:

"Artefacts are bound by complex and interactive social contexts; their consumption is not merely a market-driven response to values of production. The constraints and interests of commerce, profit, manufacturing, design, advertising, and marketing are inseparable from broader discourses of consumption, through which consumers 'manipulate' the meanings of forms through differential selection, placement, use and association" (Clarke, 1999, p. 201).

Como pudemos observar, a relevância do tema do consumo no domínio do design surge sustentada em diversas disciplinas, o que tem obrigado a que alguns dos historiadores do design se socorram de métodos e ferramentas de investigação adotados dessas áreas de estudo. Esta tem sido uma prática cada vez mais presente no âmbito da história do design, validando assim a natureza interdisciplinar que o próprio design reclama e que, nesta situação em particular, possibilita o desenvolvimento de leituras transversais mais completas, permitindo a sua compreensão em variadas dimensões.

Esta é, contudo, uma realidade relativamente nova e pouco explorada sendo fundamental manter um olhar atento à sua aplicação, nomeadamente no que respeita à criação de verdadeiro conhecimento interdisciplinar — onde a envolvimento de especialistas de outras áreas é fundamental — e não apenas no desenvolvimento de trabalho redundante. Nesse sentido, Guy Julier e Viviana Narotzky alertam para o perigo de algumas práticas, que já se observam na literatura produzida, que geram indicações contraditórias sobre o tema, não sendo claro se, ao falar de consumo, os historiadores se referem ao momento da decisão da aquisição dos artefactos, aos pontos de venda, ao uso ou à reutilização dos mesmos. Estes autores sublinham que esta observação não se trata de uma crítica aos procedimentos de investigação, mas apenas ao facto de que a ausência de uma definição do termo perpetua o "mito" do poder e decisão de compra do consumidor em detrimento de uma fundamentação mais ampla, onde se enquadre igualmente as interações dos consumidores com os valores semânticos dos artefactos. Para Guy Julier e Viviana Narotzky estamos assim perante uma realidade que, em grande parte, nega a possibilidade de entender o consumo como um processo dinâmico, que ocorre fora de um sistema de distribuição estanque e que acontece em momentos distintos — e muitas vezes a diferentes níveis — do ciclo de vida dos produtos (Julier & Narotzky, 1998, p. 5).

É, então, neste enquadramento que o foco no consumo tem vindo a surgir na disciplina da história do design onde, embora em abordagens por vezes distintas, se tem enraizado e assumido cada vez mais relevante. Como vimos até aqui, o foco na produção evidencia apenas uma das muitas facetas da disciplina e, ao estarmos a privilegiá-la, estamos a negar grande

parte da dimensão que está relacionada com o uso dos artefactos. Contudo, corre-se igualmente o risco de, ao privilegiarmos a importância do consumo, relegar para segundo plano a dimensão do desenho. É precisamente sobre a ambivalência de lidar com estas duas problemáticas que Grace Lees-Maffei defende que, hoje, a disciplina da história do design se demonstra suficientemente flexível para poder apropriar estas diversas abordagens e propõe um terceiro foco de análise dedicado ao estudo da interface entre produção e consumo através do processo de mediação.

O foco na mediação

"(...) the history of the mediation of a product – how, for example, it has been written about, illustrated, photographed, displayed, advertised – is also not only of historical interest but embedded in the formation of meaning. There is, of course, a relation of use and mediation, for instruction in use always occurs through the mediation of an instructor, instruction book, advertisement. The place of use and the user are also partly specified by mediation" (Fry, 1988, p. 12).

A evolução histórica da disciplina da história do design demonstrou-nos como o seu desenvolvimento se veio recentrando progressivamente do seu foco inicial na produção para a inclusão das problemáticas do consumo, essencialmente como consequência do progresso dos estudos culturais que trouxeram, em vários domínios, o consumidor/utilizador para o centro das suas atenções. Esta é uma realidade que se tem manifestado bastante ativa no diz respeito à produção científica produzida no âmbito da disciplina, trazendo consigo novas dimensões de análise, nomeadamente, referentes à sua interseção com o domínio da produção, ou seja, na sua mediação, processo que se tem revelado fundamental na inscrição dos significados atribuídos aos artefactos.

Já em 1988 Tony Fry, na sua obra *Design history Australia: A source text in methods and resources*, defende que a história do design deveria ser uma história, não só composta por objetos e formas, mas também pelos seus processos de conceção, formação e significação (Fry, 1988, p. 43). Fry cita como exemplo a oportunidade de se estudar a variada documentação de suporte ao cliente, que vai desde os manuais de instruções à publicidade, como uma forma específica de mediação a explorar pelos historiadores do design. Segundo ele, desta forma poderíamos incluir igualmente os discursos dos restantes intervenientes, muitas vezes anónimos, mas também eles responsáveis pela "configuração" de um determinado artefacto, quer estejamos a falar dos trabalhadores, publicitários, promotores, utilizadores, etc...

Para Grace Lees-Maffei, a mediação oferece-me uma “terceira via” de desenvolvimento para a história do design, pois propõe a análise das questões da produção e do consumo não sob a perspectiva dos designers e das suas intenções, nem sobre as práticas efetivas de consumo, mas antes através da análise dos significados culturais e sociais dos artefactos, dos espaços e dos processos que permitem revelar as ideias e ideais partilhados (Lees-Maffei, 2009, p. 20). No modelo - *PCM Paradigm* - proposto por Lees-Maffei, a autora identifica três contextos associados à utilização do termo mediação:

1. Este surge na sequência da introdução dos estudos dedicados ao consumo, indicando o papel que os diversos canais de informação, como a televisão, revistas, comunicação institucional, documentação de apoio, entre outros, desempenham na mediação da relação entre produtores e consumidores, instituindo práticas de consumo e concepções sobre o que é o design;
2. Pode referir-se à investigação desenvolvida sobre a forma como estes canais de informação são, eles próprios, desenhados e disponibilizados para projetarem realidades construídas contemporaneamente e que, dessa forma, se tornam mais abertos e acessíveis a uma análise histórica mais ampla;
3. Como designação da investigação sobre a relevância do papel que os artefactos assumem, eles próprios, como instrumentos mediadores culturais, quer seja entre produtor e consumidor quer seja nas relações entre indivíduos (Lees-Maffei, 2009, p. 20).

Estamos, portanto, na presença de três contextualizações distintas do termo, que embora claramente diferenciáveis, não deixam de ser complementares. Na primeira situação encontramos um processo de investigação tradicional, sobre um qualquer ramo do domínio da história, onde se encara o legado documental como uma das fontes primárias de maior relevo. Embora maioritariamente os historiadores se debrucem sobre documentos escritos, a verdade é que a especificidade da disciplina da história do design há muito implica a análise de outras tipologias de informação, tais como desenhos, fotografias, vídeos, entre outros, dotando assim os historiadores do design de métodos e ferramentas mais abrangentes do que a maioria dos historiadores de outras áreas. É neste mesmo sentido que Maffei reforça o quanto tem sido importante a história do design ter colocado o artefacto como o seu principal ponto de análise para, a partir dele, construir a sua investigação recorrendo às variadas

fontes associadas, sejam visuais, orais ou textuais. Desta forma, eles encontram-se mais capazes de usar estas mesmas fontes para desenvolverem investigações mais profundas que vão além da simples análise formal dos artefactos (Lees-Maffei, 2009, p. 20).

É nesse seguimento que, na segunda tipologia de análise, se elevam os próprios canais de informação a objeto de estudo. Para a autora esta será uma abordagem fundada nas teorias do pós-modernismo na arte, que surgiram nos anos 70, a partir dos conceitos pós-estruturalistas defendidos por autores como Pierre Bourdieu, Walter Benjamin e Guy Debord, que viriam a influenciar autores contemporâneos afetos à disciplina do design, como é o caso de John Thackara. Especialmente na sua obra "*Design after modernism: Beyond the object*" (Thackara, 1988), Thackara avança com alguns contributos para o que poderá ser a definição deste campo teórico, demonstrando a validade dos princípios das ideias pós-modernas na teoria do design contemporâneo, "oferecendo" assim bases teóricas sólidas para a sua afirmação no âmbito da história do design.

Maffei inclui também dentro desta perspetiva a problemática da distinção artificial entre espaço público e privado, tal como vinha sendo proposta por Jurgen Habermas que, assumindo de forma clara o papel da mediação no espaço público, dedicou particular atenção ao papel da imprensa, rádio e televisão na transmissão de informação e na forma como estes condicionavam a perceção dos públicos. Bourdieu prossegue a mesma temática focando-se especificamente nos intermediários culturais, onde, especialmente na sua obra "A Distinção - Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo" (Bourdieu, 2010), na definição de "agentes legitimadores" da arte, reconhece os designers como um deles, e assim, intervenientes fundamentais no próprio processo de mediação. Tal como nos refere Grace Lees-Maffei, a visão deste autor volta a ser reconhecida por Sean Nixon e Paul du Gay que, na introdução de uma edição especial da revista científica *Cultural Studies*, em 2002, defendem a sua aplicação na investigação dedicada à história do design, voltando a sublinhar a sua importância no domínio da mediação (Lees-Maffei, 2009, p. 23). Para estes autores, a sua força reside na relevância de incluir nas problemáticas desta disciplina o estudo das relações do domínio comercial com a "cultura produzida comercialmente", desviando a atenção da importância que era dada, até aí praticamente em exclusivo, à circunstância do ato de consumo. Segundo eles, as oportunidades que emergem das relações que se verificam entre os momentos após a produção de um artefacto e anteriores ao momento da sua aquisição, abrem novas linhas de investigação, nomeadamente no que diz respeito às ligações entre as práticas

económicas e culturais no âmbito da produção cultural comercial onde a clarificação da sua interdependência se aparenta como fundamental.

Esta é uma visão que vem gradualmente a ganhar espaço no âmbito específico da história do design, como fica demonstrado na variedade de estudos científicos que se têm dedicado às publicações periódicas dedicadas à temática do design¹², apresentando por norma observações e conclusões que não poderiam ser conseguidas recorrendo a qualquer outro tipo de fontes. O próprio trabalho de investigação de Grace Lees-Maffei, e segundo a própria autora, defende um enfoque analítico sobre como as próprias fontes se constituem como agentes mediadores, através da análise da sua narrativa, em detrimento de serem usadas simplesmente como evidências históricas (Lees-Maffei, 2009, p. 26).

A importância de estudar e interpretar a história do design como o processo contínuo da vida dos artefactos, que se origina num desígnio de um autor, materializa num processo produtivo e que ganha novos significados quando "convivem socialmente", é também reforçado por Guy Julier e Viviana Narotzky, nomeadamente quando referem a importância que o tema desperta noutras áreas científicas relacionadas com o design, citando:

"Fine and Leopold address design in terms of 'systems of provision', looking at the interactions which take place along the axis of conception, production, mediation and use. This tracing of material and visual culture along a vertical axis from production to consumption, from origination, organisation and processing to social meaning, is one increasingly adopted by other sociologists such as Chaney (1996), Lash and Urry (1996)" (Julier & Narotzky, 1998, p. 5).

É nesta perspetiva que se enquadra o terceiro nível de análise do papel da mediação proposto por Grace Lees-Maffei, ao promover o estudo dos objetos em si enquanto contentores de funções de mediação entre o indivíduo e a sociedade. É neste quadro que a aproximação à área dos estudos da cultura material surge como preponderante. Como vimos anteriormente, este é um espaço de intersecção que se encontra identificado e, em alguns dos casos que apresentámos, já testado. Para Maffei, a simples exclusão desta terceira forma de mediação dos interesses da disciplina da história do design tem-nos deixado muito limitados em relação ao estudo do que um artefacto pode significar para um consumidor. O seu foco exclusivo na mediação centrada nos conteúdos e nos canais de comunicação tem descartado a oportunidade de incluir os "significados

¹² Por exemplo: *"Design and the Modern Magazine"*, editado por Jeremy Aynsley e Kate Forde e *"Publishing the Modern Home: Magazines and the Domestic Interior 1870-1965"*, editado por Jeremy Aynsley e Francesca Berry.

privados” que são restrita propriedade dos indivíduos que interagem com os objetos, e que, embora não se encontrem na esfera da produção nem do consumo, podem contribuir grandemente para a compreensão de ambos os fenómenos (Lees-Maffei, 2009, p. 27).

II.3 – O contexto português

Ao assumirmos a realidade portuguesa como caso de estudo, onde se procura investigar a sua potencial contribuição para a disciplina da história do design português, torna-se fundamental pesquisar o que tem sido a evolução do design em Portugal, nomeadamente a história da sua implementação enquanto actividade profissional, enquanto disciplina académica e, de especial pertinência para esta investigação, a sua visibilidade na esfera pública.

Para Rui Afonso Santos é no fim do século XIX, e através da herança do *"nacionalismo da década de 80, (...) o ponto de partida para a definição de um pretense estilo português"* (1995, p. 75), que se identificam os primeiros sinais de uma política industrial consistente com o objetivo de desenvolver as indústrias artísticas nacionais. Contudo, embora este seja efetivamente o período em que o discurso artístico invade o domínio da produção industrial, é igualmente reconhecido que este nunca se conseguiria verdadeiramente impor, pois a realidade do país continuava a preferir *"luxos importados de desenho reconhecidamente superior"* (1995, p. 77).

É nesse sentido que alguns autores preferem apontar os antecedentes do design em Portugal *"no contexto das grandes exposições oitocentistas e dos anos 1920-30, na Arte Nova e nas artes decorativas, na caricatura e ilustração, nas artes gráficas e mesmo nalgumas expressões das vanguardas artísticas da primeira metade do século XX"* (Quintela, 2014, p. 7). Definido como um período de grande atividade, no que diz respeito especialmente ao desenho dos espaços efémeros e do design de comunicação (Acciaiuoli, 2001, p. 46), esta seria uma época muito marcada pela *construção de novas imagens* de um país que procurava agora acompanhar o desenvolvimento social e económico do resto da Europa.

É incontornável referir a figura de António Ferro que, enquanto diretor do Secretariado de Propaganda Nacional, se torna o rosto mais evidente da missão de *"modernizar a imagem do país e humanizar a figura do Chefe, (...) de pôr fim à velha ideia de Portugal-História, projectar o presente e demonstrar os propósitos do novo regime"* (Acciaiuoli, 2001, p. 46). Ferro, que consegue desde cedo rodear-se dos melhores arquitetos e artistas a residir em Portugal, tem noção que esta incumbência exige um

sério esforço extra-fronteiriço e é dessa forma que convence o estado português a investir em presenças marcantes na Exposição Internacional de Paris de 1937 e na Exposição Internacional de Nova Iorque de 1939.

Ambas serviriam ainda de ensaios para a grande realização nacional da altura, a Exposição do Mundo Português de 1940, que pretendia comemorar *"o duplo centenário da fundação da nacionalidade e da restauração da independência"* (Santos, 1995, p. 102). Congregando o esforço de *"quase todos os arquitectos e artistas-decoradores modernos"* (Almeida, 2009, p. 70), este é um acontecimento marcante na história do país, assumindo contornos de "vislumbre nacional" dos feitos das grandes máquinas de propaganda que haviam surgido anos antes em Itália e na Alemanha.

Este contexto não deixaria, no entanto, de ser uma conjuntura muito específica e, em parte "artificial", no que diz respeito ao desenvolvimento da disciplina, pois significou igualmente anos de monopolização de recursos humanos e materiais. É apenas na sequência desde evento que muita desta experiência adquirida se começa a manifestar em diversas iniciativas distintas, como por exemplo em projetos editoriais e de design de interiores (Almeida, 2009, pp. 70-73; Santos, 1995, pp. 103-110).

A maturação profissional que emerge destas atividades leva Maria Helena Souto a concluir que é depois dos anos 50, do século XX, que a sociedade portuguesa adquire:

"uma consciência mais clara do papel do design e do designer na sociedade, generalizada a um leque alargado de sectores: as indústrias, os projetistas, as instituições" (1992, p.26).

A esta situação junta-se a subsequente aposta do Estado Novo na promoção das suas indústrias, quer nacional quer internacionalmente, nomeadamente no que diz respeito ao sector industrial, comercial e turístico (Almeida, 2009). É assim que, ainda durante a direção de António Ferro, surgem igualmente as primeiras contratações diretas por parte do estado que, embora pontuais, permitiram a uma série de designers e empresas manter uma atividade regular neste sector.

No seguimento desta política por parte do governo central surge ainda, no final dos anos 50, o Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII) com o objetivo de *"promover, auxiliar e coordenar a investigação e assistência que interessam ao aperfeiçoamento e desenvolvimento industriais do País"*¹³ (Souto, 2014). Constituindo um momento importante no que diz respeito ao suporte à indústria nacional, este seria um organismo que, sob a alçada do Ministério da Economia e da Secretaria de

¹³ Lei nº 2089". Diário do Governo, I Série - Nº 133 (8 de Junho), 1957, p. 595. (Souto, 2014).

Estado da Indústria, aplicaria uma série de Planos de Fomento do Estado Novo, que surgiam na sequência das novas exigências produtivas do Pós-Segunda Guerra Mundial (Souto, 2014).

Inicialmente sob a direção do engenheiro António Magalhães Ramalho (1907-1972), e inspirado no *TNO (Organization for Applied Scientific Research)*, organização holandesa congénere estabelecida em 1932 (Souto, 2014), o INII. arranca os seus trabalhos com o objetivo de avaliar a realidade industrial do país e lançar as bases para a sua requalificação. Assistia-se assim ao assumir pela parte do Governo, de forma explícita, do valor de investir na investigação e qualificação da produção industrial nacional enquanto fator diferenciador de importância extrema no que diz respeito ao mercado internacional que se procurava desenvolver desde meados dos anos 40.

Neste âmbito, do ponto de vista da disciplina do design, surge com particular importância o trabalho desenvolvido pelo Núcleo de Arte e Arquitetura Industrial (NAAI) que, sob a direção da escultora Maria Helena Matos (1924-), enceta uma série de iniciativas de divulgação do trabalho de alguns nomes da denominada *primeira geração de designers modernos* (Almeida, 2009). Embora Portugal continuasse, em muitos aspetos, desfasado da realidade de outros países, no que diz respeito ao desenvolvimento da disciplina e do seu impacto na economia, foram estas as primeiras iniciativas que colocaram o debate do tema ao nível internacional. É assim, neste contexto de internacionalização, que em 1972, e ainda sob a direção de Maria Helena Matos, o NAAI altera a sua designação para Núcleo de Design Industrial (NDI), surgindo pela primeira vez em Portugal a palavra design na designação de uma entidade estatal.

É com esta denominação que entre 1969 e 1976 se assiste a um reforço sem precedentes das ações de divulgação do design, quer junto das indústrias nacionais quer junto das restantes instituições estatais, o que permitiu que, citando Vítor Manaças, *"finalmente em Portugal ia começar a falar-se em design fora de um grupo restrito de pessoas"* (Martins & Tostões, 2001, p. 66). Segundo Victor Almeida, esse seria exatamente o objetivo a cumprir pois, à altura:

"torna-se claro para alguns elementos do NAAI, ou do futuro NDI, que era urgente a implementação de iniciativas com maior impacto junto do público!" (Almeida, 2009).

Assistimos assim, a partir deste contexto, à organização da 1ª Exposição de Design Português, em 1971, e da 2ª Exposição de Design Português, em 1973, ambas na Feira Internacional de Lisboa (F.I.L.), que, constituídas por mostras de carácter promocional da capacidade de desenho e produção nacional, contaram com a participação de mais de cem

designers portugueses e de sessenta empresas fabricantes (Martins & Tostões, 2001). Estas duas iniciativas, onde *"a esmagadora maioria dos projetos e dos produtos apresentados destinava-se a produções concretas, para mercados definidos, e resultava de um certo diálogo entre empresários e designers"* (F. S. Mendes, 1992 p.11), são, autonomamente, as mais visíveis representações do que Victor Almeida considera o 2º período (implementação) e o 3º período (expansão) da institucionalização do design em Portugal¹⁴ (Almeida, 2009).

Desconstroem-se assim, de forma explícita para o público, as relações, até então encobertas, inerentes ao processo de trabalho entre os designers e indústria. A exposição mediática de empresas de mobiliário como a Metalúrgica da Longra, a Olaio e a Sousa Braga, de cerâmica, como a Raúl da Bernarda e Secla e de vidros, como a Fábrica Escola Irmãos Stephens (Martins & Tostões, 2001), permitia observar que a realidade do design em Portugal se havia transformado e que este era agora usado como instrumental e, pelo menos em alguns casos, com sucesso industrial.

Ainda que, no entender de Ana Tostões e João Paulo Martins, em parte este seria um panorama "artificial", pois, *"nestes sectores, com fortes tradições no país, a existência de uma mão-de-obra especializada, assegurando uma sólida componente de trabalho artesanal, superava de modo qualificado as carências crónicas de investimentos na mecanização"* (2001), é inegável que o N.D.I. teve um papel preponderante na implementação, expansão e divulgação do design em Portugal, permitindo-lhe um índice de desenvolvimento que até então nunca havia tido e que lhe traz igualmente o reconhecimento do impacto social e cultural da atividade. Embora esta tipologia de investimento do estado surgisse confinada a alguns momentos pontuais da nossa história, tendo com elas o design atingido maiores índices de visibilidade pública, a verdade é que foi igualmente importante para mostrar ao sector industrial a sua importância, promovendo nas empresas o hábito de recorrerem a serviços externos de profissionais da área, em especial no que diz respeito à publicidade, design de interiores e mobiliário (Almeida, 2009, pp. 67-70).

Contudo, estávamos numa fase marcada essencialmente pela presença de artistas plásticos e arquitetos que se prestavam a este tipo de trabalho e a verdade é que também não podíamos falar da existência de um ensino em design especializado e generalizado — e consequentemente de designers certificados — pois a formação oferecida era reduzida,

¹⁴ Que sucera ao 1º período (introdução), que compreendia o período de 1959-1964 onde *"as divergências conceptuais entre a 'estética industrial' e o 'design industrial' criam um impasse na institucionalização, ao qual a hierarquia do Instituto Nacional de Investigação Industrial não consegue opor-se"* (Almeida, 2009, p. 340).

limitando-se apenas à ministrada nas escolas técnicas António Arroio, em Lisboa e Soares dos Reis, no Porto.

É, no entanto, na escola António Arroio que Frederico George viria a introduzir, pela primeira vez de forma assumida, o ensino do design, muito por culpa das inúmeras viagens que fez ao estrangeiro, numa fase inicial a países como Inglaterra, Holanda e Bélgica e, principalmente mais tarde, aos Estados Unidos onde:

“estudaria a metodologia do ensino da arquitectura e do design em diversas universidades americanas, sendo esta influência determinante para a formação de diversos ‘designers’ e arquitectos da nova geração que frequentavam/colaboravam no seu atelier/escola (...) que teriam influência no desenvolvimento e ensino do design, dos quais se destacam Daciano da Costa, Fernando Conduto e António Sena da Silva” (C. Bártolo, 2007, p. 120).

Ainda que estes sejam os primeiros sinais representativos de uma alteração de paradigma no que diz respeito ao ensino do design em Portugal, é apenas em 1969 que assistimos ao nascimento do IADE – Instituto de Arte e Decoração¹⁵, instituição privada fundada por António Quadros, e com ele ao nascimento do primeiro curso superior nesta área, ao qual se juntariam, em 1975, as primeiras licenciaturas em institutos públicos, ancoradas nas Escolas Superiores de Belas-Artes de Lisboa e Porto (Almeida, 2009, pp. 59-63).

É nesse novo contexto, e sobretudo face às alterações profundas que se verificaram no pós 25 de Abril de 1974, que a disciplina ganha uma nova dimensão na realidade nacional, quer ao nível profissional quer ao nível académico. Encetando, desde então um nível de desenvolvimento paralelo, com o constante aumento da procura por parte das empresas a ser acompanhada por uma gradual oferta formativa – oferecida pela crescente rede de escolas que passaram a ministrar cursos em design –, esta nova conjuntura normaliza o desenvolvimento da disciplina nestas duas dimensões, permitindo, por parte da indústria, a constante absorção de profissionais especializados e reconhecidos academicamente.

É igualmente neste contexto que se assiste à primeira iniciativa associativa dos profissionais de design com a fundação, em 1976, da APD – Associação Portuguesa de Designers. Formalizando legalmente, em formato de associação, o grupo de designers que se vinha a reunir regularmente desde 1975 na Sociedade Nacional de Belas Artes, esta surge *“com os objetivos de institucionalizar e de regular a actividade”* (Almeida, 2009, p.176).

¹⁵ Hoje designado IADE-U - Instituto de Arte, Design e Empresa - Universitário

Fruto de um primeiro encontro que acontece em Maio de 1974, este grupo propõe-se discutir *"os problemas relacionados com o exercício da profissão e com a atividade do design em Portugal, entre os quais se destacam, pela importância que revestem: a consciencialização do papel social do designer"* (Associação Portuguesa de Designers, 2014). Contando nos seus membros fundadores com alguns dos designers portugueses mais reconhecidos à época, como Sebastião Rodrigues, Daciano da Costa, António Sena da Silva, entre muitos outros, esta é a primeira iniciativa associativista que parte de um grupo de designers com a intenção de clarificar o papel da disciplina na sociedade.

Embora este acontecimento se configure como um momento chave na reflexão sobre o estado do design em Portugal, a verdade é que os objetivos da APD nunca se chegam a concretizar na sua totalidade. Segundo Victor Almeida, a gradual legitimação que o ensino superior vinha ganhando, com o apoio do estado, acaba por retirar peso institucional à associação e, a partir daí, vai-se verificando uma perda progressiva da sua influência (2009). Este gradual desaparecimento da APD vai determinando a igual falta de capacidade de resposta institucional da sua classe profissional, apenas retomada posteriormente com o surgimento do Centro Português do Design - CPD que, mais uma vez, resulta de um investimento direto das instituições estatais, e vem dar um importante contributo para a promoção e sensibilização do papel que o design deveria assumir nesta nova fase de um país em mutação.

Fundado em 1985 este centro travou durante décadas uma importante luta na divulgação do design, no seu contributo estratégico no seio das empresas e como disciplina charneira entre os interesses de produtores e consumidores. O CPD apresentava-se como o centro agregador de competências, saberes, conhecimento e, também, como um estimulador de inovação que tinha como missão definir, desenvolver, instituir e implementar práticas de design junto da sociedade, atuando ao nível nacional e internacional (CPD Centro Português de Design, 2004). Nesse mesmo sentido, foi inclusive o promotor de muita da bibliografia publicada em Portugal sobre design e sobre a própria história do design português.

A sua extinção em Maio de 2013, por *"esgotamento do modelo de financiamento"* (Curado, 2013), representou um sério golpe no que era, até há pouco tempo, uma realidade propícia ao apoio, divulgação e promoção do design português bem como do seu legado. Ainda assim, e embora manifestando lacunas bastante óbvias, a visibilidade pública do design em Portugal foi continuando uma afirmação em crescendo que continuaria nas décadas seguintes.

Embora estejamos perante uma conjuntura histórico-social particular, como demonstrado anteriormente verificamos que a disciplina do design desenvolve em Portugal um percurso relativamente idêntico ao que se verificou internacionalmente nos países mais desenvolvidos. Estando hoje a implementação da sua dimensão profissional e académica praticamente normalizada, este é um panorama que não é totalmente concordante com o que diz no registo institucional do que tem sido a sua história, assistindo-se, neste caso, a uma realidade menos consolidada.

A prática de organização de exposições industriais, que se vinha impondo desde os anos 60 do século XX, eram ainda iniciativas focadas na promoção do desenho de novos produtos, não se tendo registado, à altura, qualquer esforço de sintetização do que tinha sido a história da disciplina até então. A sua natureza industrial e de ferramenta de apoio às empresas havia remetido o design para uma dimensão meramente operacional que, entre a herança das artes decorativas e o “novo” desenho industrial, o mantinha fora da esfera da valorização patrimonial e cultural da nossa sociedade.

É assim, com alguma naturalidade, que se observa que as primeiras iniciativas de interpretação desta atividade, numa perspetiva histórica, surjam apenas no rescaldo do 25 de Abril de 1974, com o objetivo de se enquadrar a importância das denominadas “artes menores” na nossa sociedade. Neste sentido, surge o design gráfico como um dos primeiros temas a serem tratados, nomeadamente na exposição *300 Anos do Cartaz em Portugal*, que inaugura em Dezembro de 1975 na Biblioteca Nacional, organizada pelo seu então diretor A. H. Oliveira Marques. Esta iniciativa vem, pela primeira vez, dar visibilidade a um tema “*a que não se dava qualquer importância*” e que muito contribuiu para que hoje a Biblioteca Nacional possua a maior coleção de cartazes do país (Lusa, 2007).

Esta atenção particular dada ao cartaz, sobretudo neste período pós-revolucionário, regista outros momentos importantes, como a exposição *Quem Tem Capa*, de 1982, promovida pelo Instituto do Livro, contando com a publicação de catálogo onde se reúnem testemunhos dos designers Sebastião Rodrigues, Victor Palla, Armando Alves, José Cândido, João Botelho, Rogério Petinga, Manuel Rosa, Luiz Duran, Teresa Dias Coelho e Teresa Ferrand, e a mostra, *Cartazes de Propaganda Política do Estado Novo 1933-1949*, de 1988, novamente na Biblioteca Nacional (Quintela, 2014, p. 10), onde se apresentou um conjunto de obras gráficas analisadas segundo a perspetiva de instrumento de propaganda política ao serviço do Estado Novo. De referir que ambos os eventos promovidos pela Biblioteca Nacional se fizeram acompanhar da edição de importantes catálogos, o primeiro da autoria do próprio A. H. Oliveira Marques e o segundo de Helena Pinto Janeiro e Isabel Alarcão Silva e coautoria de Fernando Rosas.

Surgem igualmente, por esta altura, outro tipo de atividades paralelas às exposições, como é o caso do ciclo de conferências *Falando do Ofício*, integrado na exposição *Ver as Artes Gráficas*, que a Sociedade Tipográfica levou a cabo em 1986, e cujo o seu catálogo, também denominado *Falando do Ofício*, *"faz o registo, quer das obras expostas, quer das intervenções ocorridas na conferência, possibilitando-nos uma ocasião rara de perceber a forma como uma geração de designers então na plena maturidade pensava a sua prática profissional: Tom (Thomaz de Mello); Fernando Azevedo; Victor Palla; Lima de Freitas; Octávio Clérigo e Sebastião Rodrigues"* (J. Bártolo, 2010).

Esta será uma das fases mais emblemáticas no que diz respeito ao reconhecimento e visibilidade do design gráfico português, nomeadamente com a atribuição do prémio internacional *Award of Excellence*, atribuído pela ICOGRADA ao trabalho de Sebastião Rodrigues em 1991.

É na sequência desta distinção que inaugura em 1995, na Fundação Calouste Gulbenkian, uma retrospectiva sobre a carreira e obra deste autor, denominada *Sebastião Rodrigues, Designer*, e considerada, nas palavras do seu comissário José Brandão, *"a primeira grande exposição de um designer português"* (Cabral & Marques da Silva, 1995, p. 9).

Estas primeiras iniciativas de fixação da memória do design em Portugal permitem-nos começar a encontrar o fio condutor que tem definido a patrimonialização e promoção da história do design ao público em geral. Ainda que esta tipologia de exposições se tenha alargado a outros "heróis" do design português, como Daciano da Costa, António Sena da Silva ou Maria Keil, o foco tem sido sempre mantido na análise da sua biografia e do seu universo de referência mais imediato. Com a edição dos diversos catálogos de índole monográfica que acompanhavam estes eventos (Martins, 2001; B. Coutinho, 2009; *Maria Keil - De Propósito, Obra Artística*, 2014), esta realidade oferece-nos hoje um espólio bibliográfico que aborda, pontualmente, várias facetas do design em Portugal, sendo, no entanto, reveladora da ausência de qualquer esforço de sistematização da disciplina como um todo.

Desde então assistimos ao surgimento regular de eventos relacionados com o design que, num ritmo cada vez mais acelerado, compõem hoje uma realidade, ainda que muito mais ativa, igualmente deficitária em termos de estruturação global e sistematizada da sua história. A existência de algumas análises sintéticas sobre a história do design em Portugal e os seus intervenientes, que nos chegam já na mudança de século, é reveladora da pouca expressão que a disciplina conseguiu junto dos seus públicos até ao fim do século XX.

A atual conjuntura, que se implementou principalmente com a instalação Museu de Moda e Design (MUDE), apresenta-se como uma oportunidade para alterar este paradigma.

Inicialmente visto como uma "extensão" da coleção Berardo, instalada no Centro Cultural de Belém, o MUDE usufrui desde 2009 de um amplo espaço próprio, propício quer ao estabelecimento de uma coleção permanente relevante, quer à organização de eventos temporários que permitam distintas leituras dos artefactos. Os primeiros tempos nestas condições têm sido bons indicadores desta alteração de paradigma, no entanto requer a validação temporal para daí podermos tirar conclusões mais profundas.

Embora este se apresente, por excelência, como o espaço expositivo dedicado ao design em Portugal, não podemos igualmente deixar de assinalar o surgimento do Museu do Artesanato e do Design de Évora (MADE) em 2011, outro indicador que os espaços de divulgação e investigação da história do design em Portugal se estão a expandir para fora dos circuitos mais restritos da investigação académica.

Para além das iniciativas museográficas, começa-se a verificar também no mercado editorial alguns sinais reveladores de um maior interesse pela disciplina. É disso exemplo o projeto editorial, Coleção D, desde 2011 editado pela Imprensa Nacional - Casa da Moeda e coordenado pelo designer Jorge Silva. Ainda que constituído essencialmente por: *"monografias acessíveis, essencialmente visuais, que pretendem ser um primeiro encontro com a excelência do design português, numa abordagem acessível à sua importância no presente e futuro de uma rica mas mal estudada história do design português, sublinhando a sua excelência e importância no presente e no futuro do ensino e da prática do design"* (Coleção D, 2012), este projeto assenta na visão clássica herdada da história da arte, de valorizar o autor e objeto, não se alongando, por exemplo, na análise do contexto em que estes emergem. Sendo ainda assim um interessante caso no panorama nacional, estas publicações têm a particularidade de, pela primeira vez e de forma regular, se estar a preservar e a dar visibilidade a uma memória que, de outra forma correria o risco de se perder ou, pelo menos, não estar acessível.

Por último, e por especial interesse desta investigação, é de salientar alguns casos particulares de projetos pessoais que têm contribuído igualmente para a "patrimonialização" do design português e que passam essencialmente por iniciativas que recorrem às novas tecnologias digitais *online* como plataforma de comunicação.

Sob o formato de blogs, projetos como o *Almanaque Silva*¹⁶, de Jorge Silva; *Cerâmica Modernista em Portugal*¹⁷, de Rita Gomes Ferrão, são hoje exemplos de iniciativas *bottom-up*¹⁸, onde esta prática é assumida maioritariamente pelos públicos que assim se manifestam como agentes ativos na construção da própria memória do design português.

Por outro lado, é igualmente importante salientar que atualmente é nestes meios de comunicação que grande parte da reflexão crítica contemporânea sobre a disciplina ocorre, de forma regular e de acesso público. Em especial deveremos destacar o trabalho de José Bártolo no blog *Reactor*¹⁹ ou de Mário Moura no *The Ressabiator*²⁰ que, embora colaboradores pontuais de outros meios de comunicação — eventualmente de maior visibilidade —, é através destas plataformas que mantêm uma atividade regular, atenta e crítica ao panorama da disciplina em Portugal.

No mesmo sentido, acompanhando esta gradual estabilização da disciplina, a investigação científica tem demonstrado importantes sinais de começar a desenvolver uma atividade regular, cada vez mais intensa e especializada. Como mostraremos mais à frente, esta foi uma realidade relevante no decorrer desta investigação e da qual nos socorremos para o desenvolvimento da pesquisa de campo.

Contudo, neste âmbito de caracterização do contexto português — e como esforços de maior visibilidade da disciplina da história do design junto dos públicos — podemos sublinhar a importância do trabalho “*O design e a decoração em Portugal: 1900-1994*” de Rui Afonso Santos, em 1995, e da coletânea *100 anos de design português*, constituída por diversos artigos da autoria de Maria Helena Souto, Rui Afonso Santos, Margarida Acciaiuoli, João Paulo Martins, Ana Tostões e Nuno Lacerda Lopes presentes no anuário do CPD de 2000.

Embora estes trabalhos, pela sua natureza editorial, tenham assumido uma maior expressão, reconhece-se igualmente a importância das publicações científicas de natureza académica, nomeadamente no que diz respeito a teses de doutoramento, como é o caso dos trabalhos *Percursos do Design em Portugal* de Vítor Manaças, em 2005; *Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal: Contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas de*

¹⁶ Ver link: <http://almanaguesilva.wordpress.com>

¹⁷ Ver link: <http://ceramicamodernistaemportugal.blogspot.pt>

¹⁸ Termo que define as ações que acontecem “de baixo para cima”, ou seja, de base social.

¹⁹ Ver link: <http://reactorblogue.wordpress.com>

²⁰ Ver link: <http://ressabiator.wordpress.com>

Margarida Fragoso, 2008; *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo: A institucionalização do design português entre 1959 e 1974* de Victor Almeida, 2009; e *Uma história do design do cartaz português: do século XVII ao século XX*, de Helena Barbosa, 2011, entre outros.

É ainda no cruzamento destes dois domínios — editorial especializado e académico — que assistimos igualmente ao surgimento de algumas obras de referência, como é o caso das publicações *História do Design em Portugal I: reflexões*, de Maria Helena Souto, publicada em 2009 e *Design Gráfico em Portugal*, de Margarida Fragoso, publicado em 2012.

Este é, assim, um paradigma que mostra sinais de mudança. A evolução que se verificou entretanto prova que o crescente interesse pelas questões relacionadas com a história do design em Portugal tem-se tornado óbvio, quer na importância que esta disciplina vem a assumir em contexto de sala de aula²¹, quer nas mais variadas teses de mestrado e doutoramento que têm sido desenvolvidas neste domínio.

Esta conjuntura permite também concluir que, talvez pela primeira vez em Portugal, exista, finalmente, uma maior proximidade entre quem forma os profissionais em design e quem promove e implementa as iniciativas de divulgação e valorização da história da disciplina no nosso país.

Tem sido igualmente interessante verificar como é a própria expansão e consolidação do ensino do design em Portugal que muito tem contribuído para o aumento de interessados, mesmo enquanto consumidores, que hoje frequenta as muitas iniciativas de promoção da memória e do património histórico do design em Portugal. Se a esta questão associarmos o facto de que o design é uma disciplina cada vez mais mediática e discutida na esfera pública, podemos assumir que comunicamos para uma audiência cada vez mais informada e mais exigente. Será assim expectável que esta massa crítica se venha a tornar cada vez mais relevante.

Assumindo que as diversas formas de patrimonialização “têm implícitos, em diferentes graus, exercícios de seleção, de hierarquização e de manipulação da história e da memória” (Quintela, 2014, p. 16) torna-se importante refletirmos sobre como será possível adotar essa construção na esfera pública, manifestando a sua capacidade multivocal e hegemónica (Peralta, 2007), bem como estas múltiplas reflexões, valorizações, seleções e discussões sobre a história do design português, se poderão (re)configurar em novas narrativas acerca da disciplina em Portugal, contribuindo assim para uma disseminação mais alargada e significativa.

²¹ A licenciatura em Design da UA, por exemplo, tem no seu plano de estudos a Unidade Curricular denominada História do Design Português, desde 2001

II.4 – Conclusão

A reflexão desenvolvida no final deste capítulo procurou demonstrar como a disciplina do design se veio impondo no nosso país, como foi sendo efetuado o registo da sua atividade, bem como a visibilidade que esta tem assumido junto dos seus públicos. Os pontuais momentos de reflexão sobre a atividades dos designers, a que assistimos configurados em mostras públicas e em projetos editoriais, trouxeram, esporadicamente, alguma luz sobre esta realidade que, até ao fim do século XX e aos olhos do público em geral, se mantinha muito pouco presente na nossa sociedade.

Esta conjuntura é hoje o resultado de um exercício que, essencialmente, se vem desenvolvendo de forma gradual nestas últimas três décadas, com a estabilização das estruturas académicas e, em alguns momentos, profissionais, a partir das quais se assistiu a um evolutivo processo de afirmação do design português, quer seja na formação de profissionais mais habilitados, quer seja no aprofundamento dos mecanismos de reflexão sobre a atividade, nomeadamente sobre o seu futuro a partir de um passado estudado e consolidado.

Verifica-se assim que o desfazamento da nossa realidade interna com o contexto internacional tem vindo a ser tendencialmente menorizado, identificando-se hoje a presença de métodos de investigação científica que acompanham as melhores práticas internacionais e que colocam a discussão sobre a problemática da constituição da sua história num plano mais amplo e profundo.

A esse nível, é um debate que há muito se afastou da abordagem tradicional do papel da história do design como simples herdeira da história da arte, e que integra hoje visões mais alargadas sobre o fenómeno do design, incluindo os contextos sociais em que este se desenvolve, os canais de comunicação que utiliza como veículos de informação ou o papel dos consumidores nos processos de desenvolvimento projectual.

Este contexto tem permitido um abandono dos estudos centrados na valorização estética dos artefactos ou na virtuosidade artística dos seus executantes, consentindo a aproximação a outros campos de estudos onde a relação dos objetos com as pessoas se encontra no centro das suas preocupações. Este é o caso dos estudos da cultura material, que há muito se dedica ao tratamento desta problemática e que, claramente, define um espaço óbvio para a intervenção do ponto de vista dos investigadores em design, nomeadamente no que diz respeito ao papel desta atividade enquanto “construtor” de artefactos carregados de significados sociais, que vão muito além dos seus aspetos funcionais ou estéticos (Lees-Maffei, 2009, p. 17).

Esta delimitação do campo de intervenção disciplinar do design e, consequentemente, da história do design, tem apresentado a problemática da mediação como uma oportunidade para o desenvolvimento de análises mais abrangentes sobre a “vida” destes artefactos, permitindo, a partir da sua reconstrução histórica, leituras mais profundas e abrangentes sobre o próprio processo de desenho dos artefactos e das decisões estratégicas que estiveram na base da sua configuração final.

O modelo PCM (*Production-Consumption-Mediation Paradigm*), proposto por Grace Lees-Maffei, oferece-nos hoje uma visão global de como estas abordagens se podem constituir como diferentes dimensões de análise e, assim, reverter para uma história do design mais significativa. Este é, no entanto, um modelo que traz consigo a necessidade de um maior envolvimento de todos os intervenientes nos processos de identificação e patrimonialização inerentes à disciplina do design. Reconhecendo nos seus públicos um importante cúmplice na tarefa do estudo das dimensões afetas às interpretações sociais que os objetos promovem, torna-se claro que as oportunidades que encontramos hoje nas ferramentas tecnológicas, promotoras de maior participação social, se poderão constituir como mecanismos de geração de conteúdos aos quais a própria construção do discurso histórico não deve fugir, mas antes analisá-los e, eventualmente, integrá-los na sua matriz.

CAPÍTULO III

HERANÇA, MEMÓRIA E PATRIMONIALIZAÇÃO NO ESPAÇO SOCIAL

"If history was thought of as an activity rather than a profession, then the number of its practioners would be a legion" (Samuel, 2012, p. 17).

O desenvolvimento de uma pesquisa no âmbito da disciplina da história do design, a partir da qual procura investigar e para a qual pretende contribuir, obrigou-nos a desenvolver uma leitura mais ampla dedicada ao fenómeno da história, nomeadamente no que diz respeito aos processos de construção de herança cultural, memória e patrimonialização. O pendor eminentemente social introduzido na problemática da nossa investigação, reforçou ainda a necessidade de compreendermos como o papel dos cidadãos tem evoluído a par com as naturais transformações que estes processos vêm revelando ao longo do tempo. A evolução do conceito de património cultural, por exemplo, tem sido constante, encerrando em si, hoje, não só os objetos físicos e locais classificados, mas também as denominadas práticas patrimoniais (Harrison, 2010). Estas, tal como acontece com os objetos e locais, são preservadas e transmitidas de geração em geração como atributo coletivo, elemento fundamental na construção e materialização da identidade social/cultural de um grupo/sociedade (Rodrigues, 2012).

Neste contexto, atualmente, entende-se a definição de património cultural como o conjunto de bens, materiais e imateriais, considerados de interesse coletivo, suficientemente relevantes para serem perpetuados no tempo. Esta invocação do passado assume a função de recordar e legitimar o que socialmente é mais relevante para esse grupo/sociedade constituindo, portanto, o que genericamente podemos entender como memória social.

Contudo, um olhar mais atento ao termo património cultural revela-nos que, por norma, este se constitui como tradução da designação equivalente da língua inglesa *Cultural Heritage*. Esta é uma realidade legitimada oficialmente que ocorre nas variadas situações em que,

institucionalmente, se verifica a tradução de documentos internacionalmente reconhecidos, como por exemplo nas Convenções da Unesco²². Embora esta seja uma circunstância comumente aceite, é igualmente indiscutível que semanticamente estas designações não se apresentam exatamente como sinónimas.

Recorrendo ao Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (Machado, 1987) verificamos que a origem da palavra **herança** se encontra no latim, em *haerĭntĭa*, que designa «*coisas vinculadas, pertences*», plural de *haerens*, do verbo *haerere*, «*estar ligado, fixo preso, pregado a; estar parado, imobilizado*». A definição do Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea da Academia das Ciências de Lisboa (Academia das Ciências de Lisboa, 2001), por seu lado, acrescenta-nos a dimensão jurídica do termo, definindo o termo como “*O que se herda de alguém, através de testamento ou por outro meio legal.*”

No que diz respeito ao termo **património**, recorrendo às mesmas duas obras de referência, verificamos que este termo tem igualmente origem no latim, *patrimōnĭu-*, significado de «*bens de família, património*» (Machado, 1987). O Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, por seu lado, apresenta a mesma definição como: “*1. Conjunto dos bens de família, transmitidos por herança. 2. Conjunto dos bens próprios, herdados ou adquiridos. 3. Conjunto dos bens materiais e imateriais transmitidos pelos antepassados e que constituem uma herança colectiva*” (Academia das Ciências de Lisboa, 2001).

Observa-se assim que, no que diz respeito à sua origem semântica, encontramos no termo herança uma conotação direta com ato de herdar enquanto um todo, ou seja, de tudo o que nos “está ligado” material e imaterialmente, enquanto o termo património pressupõe a existência de bens que se herdaram, estando assim próximo de uma noção de teor económico e jurídico.

Poderemos eventualmente afirmar que esta é uma diferença que, no domínio da linguagem corrente, é praticamente impercetível, contudo, como nos refere António Rosa Mendes:

*“(...) pôr a tónica na **herança** – e não tanto nas coisas que por ela se transmitem – tem a vantagem de nos alertar para uma realidade básica, qual seja a de que o ser humano é sempre, antes de tudo e acima de tudo, um **herdeiro**.”* (2012).

²² Ver, por exemplo, a “*Convenção Para A Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*” (Unesco, 2006) e “*Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*” (Unesco, 2003)

É considerando a condição de herdeiro como inevitável, e acontecendo de forma consciente ou inconsciente, que no âmbito da herança cultura, segundo o mesmo autor, o homem mais se diferencia da natureza animal. Ao não possuírem cultura, todos os outros animais vivem num estado "eternamente primitivo", sendo que, cada um, ao nascer

"é como se fosse o primeiro espécime, como se começasse do zero absoluto, como se antes dele outros não tivessem existido; para viver contam, tão-somente, com o sistema de instintos com que nasceram equipados" (2012).

Encontra-se assim o homem num eterno estado evolutivo onde o *"primitivismo lhe está vedado"*, pois cada ser humano, embora nasça do zero absoluto — herdando à partida a única tipologia de herança que tem em comum com as outras espécies: a genética —, cresce num ambiente cultural específico que abarca todas as existências atrás de si experienciadas.

Naturalmente, a ambiguidade que o termo património assume, e a sua afinidade com princípio de continuidade e de legado, próprio do conceito de herança, faz com que ambos os termos sejam hoje praticamente indissociáveis. Como refere Rosa Mendes: *"Combinando, pois, as expressões portuguesa e inglesa, podemos com propriedade afirmar que **todos somos herdeiros** e que **o património cultural é a nossa herança cultural**."* Remetendo-nos exclusivamente para a realidade da língua portuguesa, é igualmente legítimo atestar que o termo herança cultural compreende um campo mais amplo de intervenção, apto a abranger outras tipologias de manifestações, por tradição não incluídas no espectro do património cultural. Contudo, recentrando a nossa análise no espectro da disciplina da história, é assumindo a designação de património cultural que, em Portugal, se legitimam as fronteiras da área de estudos internacionalmente conhecida por *cultural heritage*.

Assim, reverte para esta investigação a pertinência de incluir na sua matriz os mecanismos inerentes à construção do património cultural, assumindo a atual reflexão sobre a forma como as políticas a si inerentes se debatem hoje com novas realidades onde surgem novos intervenientes com um papel ativo neste processo. É no centro da questão da definição das fronteiras do que hoje é reconhecido como património, que Rodney Harrison considera existirem dois conceitos inter-relacionados sobre o seu entendimento: a extensa abordagem *"top-down"* de classificação e promoção de itens específicos, por parte dos estados, como repositórios dos valores regionais, nacionais e internacionais, que dão origem ao património "oficial"; e a relação *"bottom-up"* entre pessoas, objetos, locais e memórias que formam as bases para a criação de formas "não-oficiais" de património que ocorrem, por norma, ao nível local (2009, p. 8).

Ainda que, como vimos anteriormente, alguns autores definam património "apenas" como os objetos, locais e práticas que podem ser formalmente protegidas recorrendo a dispositivos legais estipulados por organismos internacionais, como a Unesco, ou nacionais, como os governos, é importante ter em consideração que esta é uma realidade que se encontra intimamente relacionada com a forma como a memória se transmite socialmente e de como influencia ou é influenciada pelas sociedades.

A pertinência da participação social nos processos de criação de património cultural e da patrimonialização do seu espólio não é, no entanto, uma novidade. Há muito que a antropologia cultural se debruça sobre questões relacionadas com a produção, reprodução e materialização do saber das sociedades, ou seja, como estas formam e transmitem o seu conhecimento acumulado ao longo da sua história, portanto, a sua memória social (Olick, 2011 *in* Rodrigues, 2012).

III.1 – Da memória coletiva

O papel dos indivíduos enquanto intervenientes nos processos de memória socialmente partilhada e, consequentemente, construída em comunidade há muito que é um tema debatido por várias disciplinas académicas.

Do ponto de vista da sociologia esta é uma questão que nos surge inicialmente através do filósofo e sociólogo Maurice Halbwachs, um discípulo de Émile Durkheim e considerado o expoente máximo da "sociologia da memória colectiva" (Rodrigues, 2012, p. 5). Na sua obra "*La mémoire collective*", originalmente publicada em 1950, este autor defende a ideia de que, por norma, é em sociedade que as pessoas adquirem as suas memórias, mas é também nesta que as recordam, reconhecem e localizam (Halbwachs, 1990). A memória é, portanto, um fenómeno social coletivamente construído e reproduzido ao longo do tempo. Tal como o património cultural, a memória social é dinâmica, mutável e seletiva, registando apenas para as gerações futuras o que considera mais importante. Partindo desta perspetiva Halbwachs desenvolve a relação da memória social com identidade, reconhecendo esta última como o reflexo de todo o esforço que um grupo desenvolve, ao longo do tempo, durante processo de construção de memória. É, portanto, a memória coletiva que está na base da construção da identidade, reforçando assim o sentimento de pertença identitária e garantindo a coesão e continuidade histórica do grupo (Rodrigues, 2012, p. 5).

Embora tenha sido este autor a inaugurar "*uma conceptualização da memória enquanto fenómeno eminentemente colectivo, introduzindo este*

conceito no léxico das ciências sociais" (Peralta, 2007), o seu discurso assumiu desde sempre uma sujeição das memórias individuais às dos padrões coletivos, ou seja, sendo o indivíduo entendido como ser um ser manipulável e previsível. Esta é a principal crítica ao seu trabalho assumida por James Fentress e Chris Wickham (1992), que consideram que Halbwachs remete o indivíduo a *"uma espécie de autómato, passivamente obediente a uma vontade coletiva interiorizada"* (1992, p. 7). É para evitar uma associação clara a esta ideologia que estes autores privilegiam a designação "memória social" em detrimento da denominação "memória coletiva" inicialmente proposta por Halbwachs (1994).

Outros autores, como Eric Hobsbawm e Terence Ranger, acusam ainda Halbwachs de negligenciar a influência do poder político na construção social da memória. Na sua "teoria das políticas da memória", também conhecida como "teoria da invenção das tradições", publicada na obra *The Invention of Traditions* (1983), estes autores estabelecem o conceito de "tradição inventada" como: *"o conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras implícitas ou abertamente aceites, bem como os rituais de natureza simbólica, que visam incutir certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que automaticamente implica continuidade com o passado"* (1983). Segundo estes, as imagens do passado seriam estrategicamente "inventadas" ou reconstruídas para servir os sectores políticos instituídos e, portanto, tornar-se-ia importante perceber de que forma a memória social é controlada e imposta na sociedade para favorecer as necessidades do presente.

Reconhecendo diferenças entre tradições inventadas e adaptação de tradições, Hobsbawm e Ranger estabelecem então três tipos de "invenções de tradição" (1983):

1. aquela que tem o propósito de estabelecer ou simbolizar a coesão social entre os membros do grupo;
2. a que é usada no estabelecimento ou legitimação de instituições ou relações de autoridade;
3. aquela cujo seu principal propósito é a socialização, a indução de sistemas de valores e normas de comportamento.

Assumindo o foco do seu estudo da manipulação das memórias pelos estados nação, Hobsbawm e Ranger qualificam as tradições inventadas por estes com propósitos ideológicos e — embora exibidas como ancestrais — como produtos contemporâneos, perdendo assim a sua genuinidade e diferenciando-se dos seus propósitos originais, cuja função era meramente técnica e não ideológica (Peralta, 2007, p. 11). Entende-se assim o papel da tradição como suporte da legitimação de poder de uma autoridade em

detrimento da apropriação, metamorfose e evolução cultural que os vários grupos sociais lhe conferem.

Tal como Hobsbawm e Ranger defenderam, é hoje reconhecido que, pelo menos parcialmente, a invenção e construção de tradições é ainda uma realidade incontestável e que as suas imposições incorporam sempre relações de poder peculiares. No entanto, embora ampliando o espectro de intervenção da proposta de Halbwachs, esta é uma abordagem que persiste em centralizar o processo de construção de memória como um ato individual, do ponto de vista da sua interpretação, e unívoco na perspetiva da sua edificação. Ao classificar as tradições segundo uma dicotomia verdadeiro/falso, sobrevalorizando assim as tradições mais antigas como mais genuínas e autênticas, estes autores descaram o importante papel da construção coletivamente “imaginada” das comunidades (Anderson, 1983 in Peralta, 2007, p. 11). Embora esta visão seja estruturante para a compreensão dos mecanismos de construção e/ou manutenção de legitimidade política, é igualmente verdade que a natureza democrática e aberta dos sistemas contemporâneos exige que a construção da sua memória pressuponha a negociação e o conflito a si inerentes, tornando-a num processo negociado entre os diferentes atores sociais e as representações institucionais, incluindo as visões das memórias dos grupos sociais autónomos, ou outros, limitadas a espaços paralelos às “memórias oficiais”.

Esta é uma discussão que tem como antecedentes os contributos de Michel Foucault na procura de esclarecer as relações entre poder e conhecimento, inicialmente publicados na sua obra *Power/Knowledge: Selected Writings and other Interviews 1972-1977* (1980). Neste livro o autor propõe que o controlo sobre as memórias de um grupo permitirá o domínio as suas dinâmicas internas, revelando assim a sua evidente conexão entre poder e memória. Procurando demonstrar as relações existentes entre a produção social de conhecimento com as práticas sociais e as questões políticas e ideológicas, Foucault defende que o poder se encontra distribuído de forma circular, numa rede de relações sociais diretas e indiretas, e que não está limitado à redutora visão de distribuição por classes conforme defendido pela crítica marxista. Introduzindo assim a problemática da interdependência nas relações de poder, defendendo que este se encontra presente em todas as classes e que se revela nos diversos contextos da vida social, Foucault rejeita que seja possível imergir desta conjuntura uma verdade única, transversal e hegemónica comum a toda a sociedade. Nesta linha de pensamento, e reconhecendo sempre espaço à reação e à negociação dos significados partilhados, o autor abandona o conceito de verdade no saber, num sentido absoluto, e passa a admitir a noção de “formação discursiva” enquanto sinónimo da troca de ideias que

acontece no espaço público, através da qual se estabelece um delimitado "regime de verdade" onde os discursos de um período específico se tornam inteligíveis (Foucault, 1980, pp. 109-113).

Por esta mesma altura, e partilhando o mesmo enquadramento teórico, surgia em Birmingham o *Popular Memory Group* no *Centre for Contemporary Studies*, que ficaria conhecido, entre outras coisas, pelo desenvolvimento da intitulada abordagem da Memória Popular. Esta era uma teoria que trazia para a discussão, mais uma vez, o confronto entre as representações oficiais do passado, emanadas pelos poderes políticos instituídos, com as visões dessa mesma realidade por parte de segmentos sociais "não alinhados", valorizando assim a importância de incluir as memórias de todos os grupos sociais em toda e qualquer representação do passado e entendendo memória social como o "*espaço de contestação entre diferentes vozes, cada uma delas procurando fazer ouvir a sua versão do passado*" (Peralta, 2007, p. 14).

À semelhança do que defendia Foucault, segundo esta visão, a representação do que será o nosso passado comum não pode ser concebida de forma monolítica, unívoca ou totalizadora, mas deverá antes ser um espaço de discussão, dinâmico e fluído, que espelhe o contínuo conflito entre as organizações sociais dominantes dos poderes instituídos e as formações sociais marginalizadas. É na tensão entre a procura constante do reconhecimento institucional por parte dos grupos segregados e na recorrente incorporação das representações desses mesmos grupos nas formações dominantes que se reconhece o espaço para a procura de algum nível de consenso que possa ser satisfatório para ambos. Para o *Popular Memory Group* "*a interacção entre estes actores é entendida enquanto processo hegemónico de dominação ideológica e de resistência, que define o conteúdo da memória em cada momento*" (Peralta, 2007, pp. 13-14). Demonstrando, assim, que toda a representação do passado é, na sua essência, polissémica e resultado do conflito e negociação entre os interesses políticos, sociais e culturais presentes na sociedade.

O conjunto de visões anteriormente abordado permite-nos compreender como historicamente os estudos da memória foram evoluindo, migrando o seu foco de interesse da individualidade de cada cidadão para o coletivo e, simultaneamente, da noção de identificação de um discurso universal para o reconhecimento da importância de incluir nas suas preocupações as diferentes visões dos diversos atores sociais.

A nova realidade coletiva, caracterizada pela fluidez de circulação das populações, pela multiplicidade de opções individuais e pela pluralidade de discursos, tem reforçado ainda mais a impossibilidade de se

tentarem definir memórias públicas unívocas. Hoje, autores como John Bodnar dedicam-se à investigação do papel da "*multiplicidade da invenção das tradições e a multivocalidade das memórias*" (Peralta, 2007, p. 14), focando-se concretamente na construção da memória na esfera pública. Ao assumir que esta pode ser simultaneamente multivocal e hegemónica, estes autores incidem a sua análise nos variados sectores da sociedade civil, assumindo a conceção da memória como a consequência da negociação entre as narrativas e discursos que revelam interesses comumente dissonantes, num processo dinâmico, onde se discute constantemente a criação, a preservação, a erradicação e a consensualização de memórias (Peralta, 2007, p. 15).

Embora considerem esta coexistência de versões conflituais indispensável para a preservação do que foi o nosso passado comum, Bodnar considera que a versão oficial, imposta pelos mecanismos institucionais, como os museus, o sistema educativo, as grandes exposições, entre outros, acaba sempre por compilar e apresentar visões da nossa história, num determinado momento, sendo que não o fazem de forma coerciva mas antes através de subtis processos de comunicação (Bodnar, 1994, p. 252).

Poderemos assim considerar que hoje o termo memória coletiva encerra em si uma variedade de processos, práticas e resultados mnemónicos que ocorrem ao nível neurológico, cognitivo, pessoal e coletivo (Olick, 1999, p. 346). Como vimos anteriormente, esta é uma visão que surge através do reconhecimento de que os estudos da memória social não podem ser processos completamente autónomos pois:

"there is no individual memory without social experience nor is there any collective memory without individuals participating in communal life" (Olick, 1999, p. 346).

Sublinha-se assim que a "memória" ocorre tanto no espaço público como privado, quer nos estratos sociais mais elevados quer nos mais baixos, seja através de factos reminiscentes quer através de feitos comemorados em comunidade, enquanto testemunhos pessoais ou narrativas institucionais, e que, acima de tudo, o que se recorda nem sempre é igualmente relevante para cada um de nós (Olick, 1999, p. 346).

Jeffery K. Olick explica-nos que, conceptualmente, a soma dos resultados de uma pesquisa sobre memórias não constitui a nossa memória coletiva, contudo, o conhecimento produzido através da mesma tem o potencial necessário para tal. Por exemplo, enquanto a recolha de experiências de indivíduos traumatizados se possa constituir como uma tentativa legítima de anotação do papel da memória, recorrentemente estes processos convocam outras recordações que não se manifestariam sem o

estímulo do entrevistador e que, dessa forma, não se tornariam objeto de registo coletivo. Esse registo, no entanto, tornar-se-á uma referência para processos de lembrança e de percepção futura, influenciando assim as novas experiências que virão a ser codificadas quer neurologicamente quer narrativamente (Olick, 1999, p. 347).

Elsa Peralta, citando Olick, acrescenta ainda que *"sendo certo que a esfera política e os grupos sociais utilizam o passado por motivos instrumentais, a relação entre o passado e o presente é uma relação mais complexa que deriva do facto da memória ser um sistema cultural de atribuição de significado que se produz ao longo do tempo"* (Olick & Levy, 1997 in Peralta, 2007, p. 15), pelo que a mesma passa a ser parte integrante dos mecanismos de atribuição de significado específicos de uma determinada cultura, ou seja, assume-se como parte integrante do seu sistema cultural. Segundo a mesma autora, nesta perspetiva, *"a memória fornece referentes de significação constituídos por visões partilhadas do passado que são geradas pelo presente e orientadas para o futuro"* (Peralta, 2007, p. 16), correspondendo estas ao mapa conceptual coletivo de um grupo e, assim, um instrumento fundamental na formação de significados culturais. É certo que este passado evocado pelo presente não é o mesmo que foi constituído por acontecimentos que ocorreram em tempos idos, mas antes:

"uma interpretação criativa e plástica do mesmo que permite preencher a distância que medeia a experiência e a recordação, convertendo o passado em memória" (Peralta, 2007, p. 17).

Ao possibilitar a conceção de imagens do passado enquanto quadros de significação do presente, a memória constitui-se com um "sistema de representação" (Hall, Evans, & Nixon, 1997) que nos possibilita tomar decisões sobre o que deve ser esquecido e o que deve ser recordado, padronizando assim uma configuração de ética constituída pela recordação e o esquecimento. Assume-se assim, igualmente, que a conceção do passado não é uma entidade fixa e rígida mas antes dinâmica, que se vai alterando ao longo do tempo e vai permitindo que o quadro de significação se altere mediante os interesses da própria sociedade, que desta forma mantém a sua estabilidade e a sua identidade ao mesmo tempo que se adapta à mudança (Peralta, 2007, p. 17.).

Estamos então perante dois conceitos aparentemente contraditórios, pois, se por um lado o passado é permanente — no sentido que é inalterável — por outro estamos a admitir que este é simultaneamente mutável, pois adequamo-lo às necessidades do presente. Como vimos anteriormente, a tentativa da manipulação deste processo tem sido uma realidade que desde há muito vem sendo observada e estudada. A inclusão da experiência social enquanto objeto de estudo configura-se hoje com uma das dimensões

essenciais, no que se refere ao estudo da nossa memória coletiva, pois a sua construção social situa-se no espaço de debate entre a eventual manipulação ideológica e a experiência pessoal que cada indivíduo da comunidade detém sobre essa realidade. Tal como afirma Elsa Peralta:

"a memória é social pois nela influem os constrangimentos sociais próprios de determinado grupo. A memória é social porque pressupõe sempre uma relação de partilha cultural no seio do grupo social. Mas a memória é social principalmente porque é um sistema de organização e mediação cultural do acto mental de recordar" (Peralta, 2007, pp. 17-18).

Se individualmente as memórias resultam da relação da nossa mente com o mundo exterior é igualmente possível afirmar que a memória coletiva pode ser vista como um *"quadro de referência partilhado de recordações individuais"* (Peralta, 2007, p. 18), que se caracteriza pela inclusão de diversos passados num passado comum que é partilhado pelos membros de uma comunidade. Este será assim constituído pelos elementos de memória individual que serão comumente partilhados por todos, que, dessa forma, estabelecem as bases da construção dos significados coletivos a si inerentes. Relewa-se, assim, para um primeiro plano a importância das recordações individuais por oposição a subordinação do coletivo, como tradicionalmente se vinha a observar nas diferentes abordagens ao estudo da memória. Esta abordagem, só por si, não deixa de estar condicionada pela dimensão social em cada indivíduo se insere, contudo, sublinha a importância de se atender ao estudo do campo onde este interpreta a realidade *per si*, que seja por confronto com as convenções dominantes, por oposição às mesmas ou gerando novas convenções.

III.2 – Da memória à história

O contexto descrito anteriormente mostra-nos como nos encontramos hoje num novo paradigma no que diz respeito à forma como entendemos a problemática da memória socialmente partilhada e, em última análise, como ela se constituíu como um espaço de afirmação identitária de grupos, contribuindo para a sua coesão e continuidade. No entanto, torna-se igualmente importante entender como esta realidade se relaciona com a materialização de um legado que se perpetua, que encerra em si as narrativas que daí emergem e que representa o espólio que se convencionou como história.

Halbwachs afirmava que, sendo a memória essencialmente social e baseada em experiências vivenciadas (Halbwachs, 1990), a partir do momento em que o indivíduo quebra a relação com essas experiências esta fica reduzida a história, podendo, daí para a frente, assumir reconstruções

abstratas ou falseadas. Dava-nos como exemplo os museus, onde a memória deveria desempenhar um papel importante ao permitir ao visitante criar relações com determinados espaços temporais e, assim, contribuir para a construção de perspectivas do passado geradas a partir das vivências dos indivíduos. Para este autor as memórias manifestam-se sempre em locais específicos e são sempre baseadas em reconstruções espaciais, pelo que, quando não podem ser localizadas no espaço social de um grupo, a lembrança falhará. Nesse sentido, os museus foram sempre importantes mediadores na relação entre história e memória, ainda que, tradicionalmente a maioria das iniciativas museológicas clássicas tenham tido um papel autoritário na criação da nossa memória coletiva (Giaccardi, 2012, p. 149). Halbwachs assumiu sempre os museus como focos dinamizadores de partilha coletiva, pois têm um papel importante na preservação da memória de grupos, permitindo igualmente o reconhecimento individual dos constituintes de uma comunidade com o todo. Segundo ele, quanto mais os indivíduos se encontrarem inseridos no grupo, mais condições terão de recuperar as suas memórias e de contribuir para a regeneração e perpetuação da memória coletiva do grupo, sempre numa relação de complementaridade, que dará origem à sua história (Halbwachs, 1990).

Esta é, portanto, uma relação que se centra no processo através do qual resgatamos o passado e o reconstruímos, reconhecendo assim o papel fundamental que a memória desempenha na construção da identidade de um grupo ou sociedade. Contudo, no que diz respeito ao valor da história, poderemos assumir com toda a pertinência a pergunta de Victor Margolin, no artigo *"Design in History"*, publicado na revista *Design Issues* na Primavera de 2009, "Para que serve a história?" (Margolin, 2009).

Desenvolvendo a sua resposta a partir de um conjunto de três ensaios de Eric Hobsbawm, publicados em 1997, onde se debate, respetivamente, a importância do passado (*"The Sense of the Past"*), do presente (*"From Social History to the History of Society"*) e do futuro (*"Looking Forward: History and the Future"*) (Hobsbawm, 2011), Margolin sublinha a importância que este autor dá ao papel do "passado no presente":

"Ser membro de uma qualquer comunidade humana é situar-se em relação a um (seu) passado, mesmo que seja rejeitando-o. O passado é, portanto, uma dimensão permanente da consciência humana, um componente inevitável das instituições, valores e outros padrões da sociedade humana" (Hobsbawm, 1997 in Margolin, 2009).

Margolin recorre a Hobsbawm por reconhecer neste autor o conjunto de valores que ele próprio identifica como fundamentais para a fundação das bases da disciplina de história do design. Salaria a crítica de Hobsbawm à ausência de uma perspectiva global visível na maioria das

correntes contemporâneas da história, que, por norma, se concentram em estudar pequenas frações do passado e tópicos especializados. Para este autor, esta abordagem não permite interpretações sobre o passado como um todo, tornando-se ineficaz no contributo para a construção de modelos sociais que permitam incluir a experiência humana da qual a história é o seu repositório (Margolin, 2009, p. 95).

Estabelecendo a noção de "passado social formalizado" (*formalized social past*), herdada do conceito "*la longue durée*" (a longo prazo) introduzido pela escola francesa de *Annales*, na primeira metade do século XX, Hobsbawm assume o legado da corrente da história social que abrange todo o espectro de atividades humanas, entendendo o papel dos historiadores como alguém que pode fornecer cenários holísticos para a projeção de ações e projetos futuros. Este pensamento, impulsionado a partir dos movimentos sociais pós 1960, que promoveram a aprovação de uma ampla agenda social dos direitos humanos e preocupações ambientais (Margolin, 2009, p. 95), destaca a importância da história como um pilar fundamental na coesão social e nos seus processos de evolução e transformação coletiva, pois traz consigo a clarificação e reconhecimento dos contributos das diversas componentes da sociedade — e os seus díspares ritmos de desenvolvimento — fundamentais em processos de evolução e transformação equilibrados e sustentados (Margolin, 2009). Para ele, no seu melhor sentido, a história revela-se como "*um processo de mudança direcional, de desenvolvimento ou evolução*" (Hobsbawm, 1997 *in* Margolin, 2009).

Tal como nesta abordagem, já em 1984, Clive Dilnot, na segunda parte do seu ensaio "*The State of Design History*" (Dilnot, 1984), defendia que o campo de intervenção da história do design se deveria remeter para o amplo espaço social que determina as circunstâncias nas quais os designers trabalham, bem como as condições que ditaram o seu aparecimento (Dilnot, 1984, p. 14). Por seu lado, Francisco Providência diz-nos que: "*Os designers são, portanto, aqueles que imaginam para além do possível e que, por isso, constroem através da poesia, novas dimensões do ser e novos rumos à história*" (Providência, 2014) e a verdade é que, como vimos anteriormente, os aspetos sociais da vida humana não são separáveis de outros, entre os quais os do domínio material. A história, enquanto quadro alargado de referências identitárias que emergem das memórias coletivas, encontra assim no estudo do *domínio do artificial* (Margolin, 1995b), ou seja, na atividade do design — tal como entendida por Papanek por "(...) *the conscious attempt to impose meaningful order... the planning and patterning of any act toward a desired foreseeable end(...)*" (Papanek *in* Dilnot, 1984, pp. 14-15) —, um cúmplice fundamental para o desenho de um futuro coletivamente robusto e significativo.

III.3 – Patrimonialização de base social e os novos *media*

A história surge-nos assim como um elemento central nos processos de manutenção da estabilidade de grupos sociais, edificando-se a partir do que universalmente é reconhecido como a memória dos seus constituintes e sustentada no conjunto valores que perfilham e transitam para as gerações futuras. Como vimos anteriormente, enquanto sociedades vivemos constantemente num processo de tentativa de compreensão do passado que nos permita apreender e justificar as nossas experiências perante essas gerações. Fazemo-lo através da preservação de artefactos, locais — naturais ou edificados — e, cada vez mais, do registo das nossas relações imateriais com estes e com o restante espaço social em que atuamos. A compreensão e preservação da nossa herança cultural torna-se, portanto, um elemento essencial à condição humana.

Esta é uma realidade se materializa através da experiência coletiva que encontra na sua génese os processos de participação social, colocando assim no centro da questão a importância da comunicação em sociedade. Hoje, grande parte da nossa interação pública tem migrado gradualmente para plataformas digitais que permitem novas formas de comunicar e partilhar informação, nomeadamente através da intersecção de diferentes *media* e tecnologias. Neste contexto surgem naturalmente novas oportunidades de se trabalhar a relação entre as comunidades, os seus artefactos e o seu espaço circundante, que eventualmente resultarão da imposição de novos paradigmas no que diz respeito à seleção e caracterização do património a preservar.

Neste sentido, as questões que atualmente se colocam prendem-se com a necessidade de se adotarem novas classificações, políticas e abordagens aos processos de patrimonialização como resultado dos desafios que estes *media* impõem à definição das fronteiras entre as formas de património tangível, intangível, cultural e natural (Giaccardi & Palen, 2008, p. 282). Fomentando novas formas de interação, que promovem o ampliar do fórum de discussão sobre os bens culturais, estas ferramentas têm permitido que o complexo processo da sua categorização, quer diga respeito à sua materialidade, mediação ou valor para a sociedade, se torne mais imediato e abrangente. Desta forma, a aproximação desta nova realidade aos processos de patrimonialização da nossa herança cultural não se constitui apenas como uma oportunidade, mas também como uma necessidade. Autores como Dawson Munjeri defendem que a verdadeira expressão da herança tangível, que coletivamente valorizamos, só poderá ser completamente compreendida e interpretada através do

intangível, pois a sociedade e os seus valores estão intrinsecamente interligados. Para esta autora:

"Cultural heritage should speak through the values that people give it and not the other way round. Objects, collections, buildings, etc. become recognized as heritage when they express the value of society and so the tangible can only be understood and interpreted through the intangible. Society and values are thus intrinsically linked." (Munjeri, 2004, p. 13).

Elisa Giaccardi e Leysia Palen, no seu artigo *The Social Production of Heritage through Cross-media Interaction* (Giaccardi & Palen, 2008), defendem que tradicionalmente a preservação de património tem acontecido distante da nossa vida contemporânea e cultural, negligenciando desta forma a ligação entre o passado e o presente que, em última análise, configura o compromisso que garante a preservação da nossa herança. Esta é uma das razões pelas quais, frequentemente, se assiste a formas de patrimonialização institucionais que não são valorizadas e, em muitos casos, acabam por ser vandalizadas por quem as deveria estimar (Giaccardi & Palen, 2008, p. 282). Para estas mesmas autoras, esta relação dinâmica entre as formas de património tangível e intangível, bem como entre natural e o cultural, é um processo no qual os novos *media* podem ter um papel preponderante, quer no suporte quer no reforço desta relação.

Diversos projetos, como os que vamos ver a seguir, têm demonstrado como a interação com o património, através da utilização cruzada de diversos *media*, têm permitido ao utilizador contribuir para a criação e desenvolvimento de narrativas comuns, transversalmente reconhecidas e valorizadas, sobre determinados artefactos, e como estas se configuram como novas formas interpretar o passado, debater o presente e projetar o futuro através do património. Estes mostram ainda como se assiste a uma valorização da história, (re)apresentando-a em novos formatos e suportes, e chamando os públicos a participarem na própria construção dos objetos culturais que daí resultam, trazendo assim para a base da construção do seu espólio os próprios contributos dos seus utilizadores.



Fig. 8 - Muvi, Homepage

III.3.1 - MUVI . Museo Virtuale della Memoria Collettiva de una Regione: la Lombardia (<http://www.muvilo.it>)

O MUVI é apresentado por Elisa Giaccardi como um “museu relacional”, ou seja:

“(a) model, pursuing constructivist learning theories and a communication strategy that gives status to the role of the audience’s interpretation, (that) has produced new professional museum roles, enabled recognition of the existence of different audiences, and acknowledged the need for multiple and differentiated narratives to replace the earlier modernist narrative” (Giaccardi, 2006, p. 33).

Estamos, assim, perante uma iniciativa museológica que promove o conhecimento, não como um conjunto de factos fechados e certificados, mas como uma realidade complexa onde múltiplas narrativas assumem um papel importante, coexistindo pacificamente com o exercício tradicional dos museus na sua missão de colecionar, preservar e disponibilizar objetos culturais.

O “MUVI - Museo Virtuale della Memoria Collettiva de una Regione: la Lombardia” teve o seu início em 1999, e tinha como objetivo reconstruir muito do imaginário coletivo da região italiana Lombardia, uma zona geográfica que havia sido muito fustigada pela Segunda Guerra Mundial.



Fig. 9 - Muvi, *Le Mostre*

Constituído, numa primeira fase, apenas por um *website* e um programa de rádio onde os ouvintes participavam narrando vivências relacionadas com as fotografias disponibilizadas *online*, este começou por permitir que os ouvintes pudessem contribuir com novas imagens, complementares, ou não, às previamente publicadas. Percebendo rapidamente a oportunidade que esta conjuntura proporcionou, este projeto seria alargado, numa segunda fase, a outros *media* —televisão, cinema e teatro— promovendo igualmente outros eventos populares e iniciativas locais na região da *Lombardia*. Tendo como intuito principal colecionar e publicar o reportório fotográfico e as suas memórias relacionadas, espalhadas por diferentes arquivos da região, públicos e privados, a coleção do MUVI era constituída pela patrimonialização destas memórias através da digitalização das imagens e textos. Este espólio não se formaria por mero objetivo cultural, mas continha em si o objetivo de concretizar uma nova proposta social, impulsionadora do empenho da comunidade na sua elaboração e preservação.

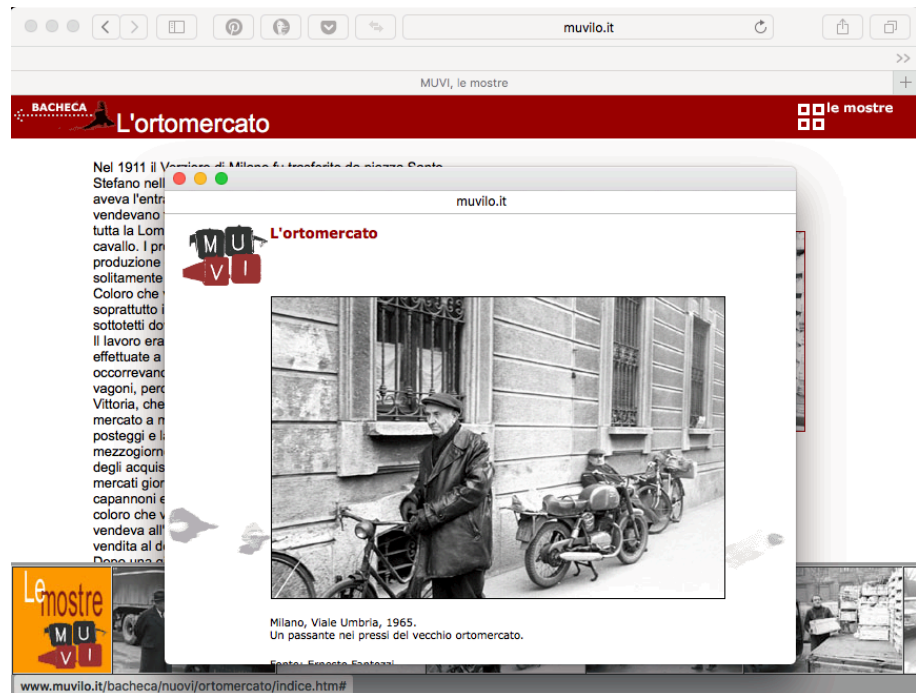


Fig. 10 - Muvi - *Le Mostre*, detalhe

Na plataforma MUVI este acervo era apresentado como um produto permanentemente inacabado, decorrente do processo contínuo de interação e interpretação que ocorria através dos seus utilizadores. A relação deste com os recursos culturais de memória pré-existentes, a sua interpretação contemporânea sustentada pela nova ferramenta de apresentação de conteúdos (o *website*) e as histórias que lhe eram associadas — promovendo novas (re)interpretações —, resultou na recuperação de imagens inéditas e na produção de novas e variadas narrativas sobre esses mesmos acontecimentos. Sendo, à altura, um dos primeiros projetos onde este conjunto de instrumentos foi utilizado estrategicamente com a finalidade de patrimonializar uma determinada realidade, o seu potencial rapidamente se começou a tornar evidente.

Numa das situações relatadas por um dos responsáveis do projeto, Federico Pedrocchi, verificou-se como, em alguns casos, a informação errada ou incompleta fornecida por alguns utilizadores era geradora de grandes discussões, onde outros, impelidos a retificar os dados, acabavam igualmente por se envolver mais profundamente, dando origem a informação mais rica, mais fiável e, simultaneamente, abrindo novos caminhos de investigação que surgiam de relatos paralelos à discussão original (Giaccardi, 2006, p. 35). A disponibilização deste fórum, onde as pessoas eram encorajadas e estimuladas a contar as suas histórias, permitiu também criar novas relações e formas de colaboração entre as gerações mais novas, mais experientes nas tecnologias digitais, e as

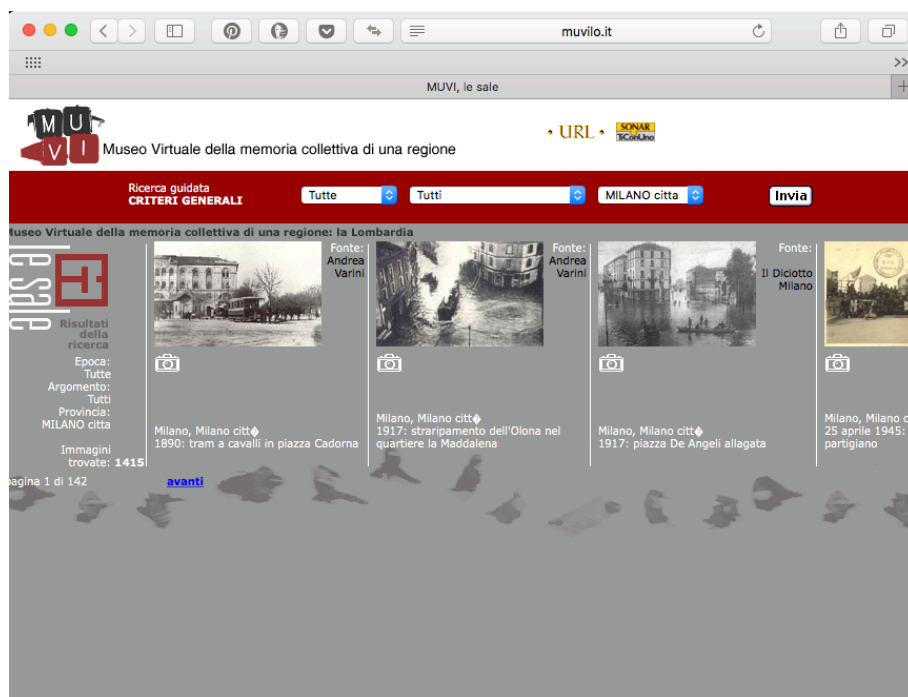


Fig. 11 - Muvi, Le Sale

gerações mais idosas, que se sentiam reconhecidas por conseguirem publicar as suas memórias *online*. Segundo Elisa Giaccardi, a dinâmica social decorrente desta situação acabaria por ser um dos efeitos indiretos mais surpreendentes que viria a verificar, trazendo benefícios óbvios para todos (Giaccardi, 2006, p. 39).

O carácter virtual desta solução, mais do que trazer o enfoque para a multiplicação de artefactos, combinando diferentes conteúdos digitais e interligando diferentes museus previamente existentes, permitiu fomentar a interação criativa entre as componentes físicas, culturais e virtuais destes recursos. A sua missão educacional e social sustentou-se assim no trabalho de disseminação cultural que emergiu da participação da comunidade no contributo, partilha e debate em torno destes artefactos e memórias.

Integrando no processo do seu desenho tanto os recursos tangíveis como os intangíveis, e ao usarem a partilha de histórias como um mecanismo de potenciação da coleção, esta iniciativa conseguiu gerar uma série de "peças de conversação" sobre as quais diferentes indivíduos se constituíram como relatores de uma realidade vivenciada na primeira pessoa. O MUVI inovou assim na noção de espaço museológico virtual ao combinar diferentes competências de interação. A preservação da herança cultural, não apenas a contida nas imagens e documentos colecionados, mas também da memória que neles reside, transforma a audiência — a comunidade local — num espólio vivo, usando-o como um dos principais atores na construção deste "museu virtual".

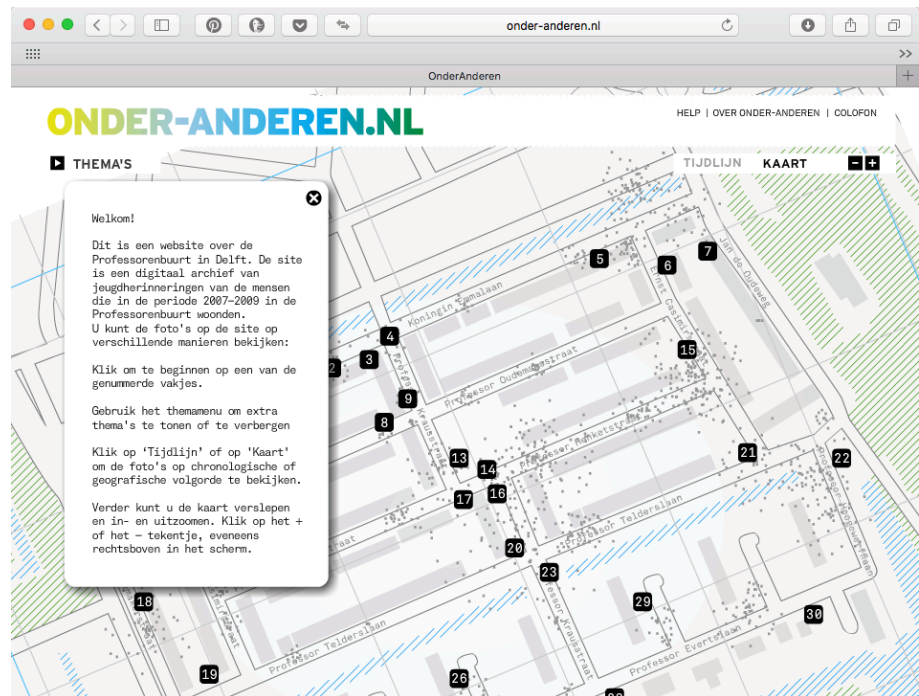


Fig. 12 - Onder-Anderen, homepage

III.3.2 - ONDER-ANDEREN (<http://www.under-anderen.nl>)

A iniciativa Onder-anderen — “entre outros”, em português — foi um projeto de arte no espaço público desenvolvido pelo gabinete Huijbers en Agelink, de Germa Huijbers e Carolina Agelink, que decorreu entre 2007 e 2009, sob encomenda do município de Delft, na Holanda. Atuando no denominado “bairro dos professores” desta cidade, as autoras encontraram uma comunidade essencialmente residencial, composta por cerca de 850 habitações, onde se destacava a ausência de espaços de partilha social, quer se tratasse de parques públicos ou mesmo de serviços, como cafés ou outros espaços comerciais. Desta conjuntura havia resultado uma realidade coletiva pouco consolidada, onde os laços entre os seus membros nunca tinham vindo a ser desenvolvidos em profundidade, fundamentalmente devido à ausência destes pontos de encontro onde reuniões furtivas acontecessem naturalmente.

Partindo da premissa inicial de que o envolvimento dos moradores no desenho de possíveis soluções seria central, as autoras alicerçaram o desenvolvimento do projeto na temática da infância, começando por contactar um em cada três residentes pedindo-lhes que lhes fornecessem “o que tinham guardado da sua infância” (Huijbers & Agelink, 2009). Assim, nesta primeira fase foram recolhidas mais de 1700 fotografias de

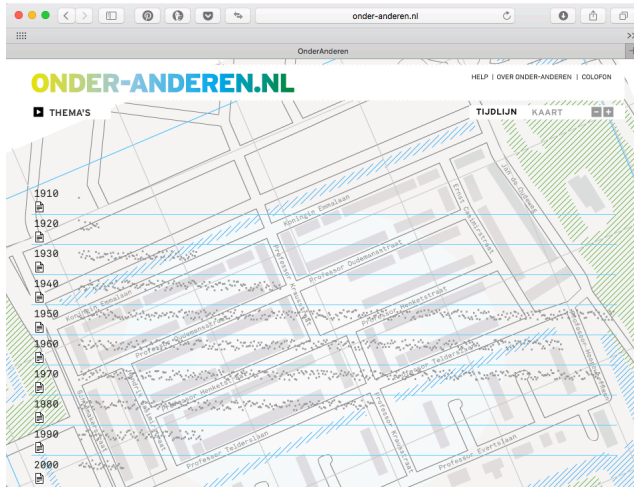


Fig. 13 - Onder-Anderen, organização cronológica

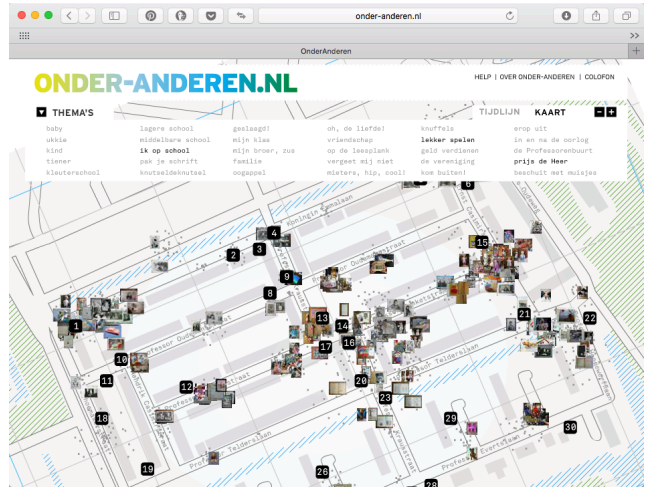


Fig. 14 - Onder-Anderen, organização espacial com imagens

artefactos, documentos e outras imagens que constituíram o primeiro acervo referente à infância dos moradores do "bairro dos professores".

Posteriormente, no período compreendido entre março de 2007 e setembro de 2009, foram desenvolvidas uma série de intervenções no espaço público, suportadas por uma plataforma *online*, onde se pretendeu criar cerca de 30 "pontos de encontro" compostos por painéis temáticos onde surgiam algumas das fotografias recolhidas. Cada um destes painéis estava numerado e remetia para o *website*, estabelecendo assim uma ligação direta entre o tema abordado no painel e o arquivo *online* onde a informação era aprofundada. Neste, os visitantes poderiam consultar todo o espólio, escolhendo entre uma abordagem geográfica, onde a informação era apresentada sobre um mapa do bairro, ou a abordagem cronológica, em que o arquivo surgia organizado por décadas.

Sendo um bairro essencialmente residencial onde, para fazerem as suas compras e todas as restantes atividades de contacto social regular os moradores eram obrigados a deslocar-se para outras zonas, estes "pontos de encontro temáticos" acabaram por funcionar como locais onde os residentes se reuniam, discutindo as várias questões que emergiam dos temas do seu interesse, podendo mais tarde estas discussões serem aprofundadas através da plataforma *online*. Complementado com entrevista na rádio, publicações em jornais locais — dando inclusive origem a uma nova secção onde as fotos eram publicadas com descrições pormenorizadas — e a publicação de uma revista da associação de moradores, esta iniciativa permitiu (re)ativar relações sociais entre os membros da comunidade.

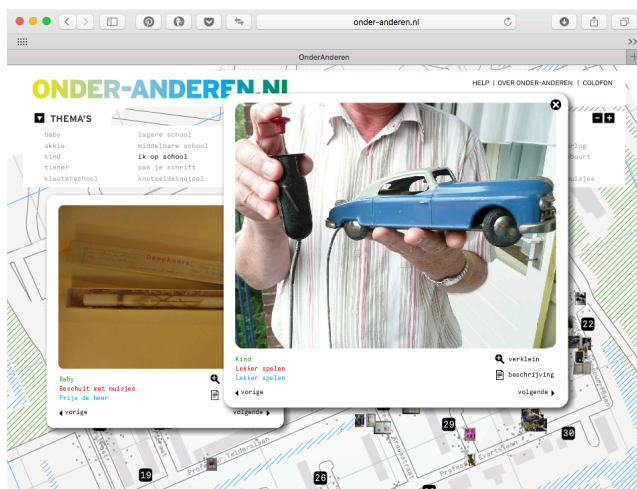


Fig. 15 - Onder-Andereen, ampliação das imagens

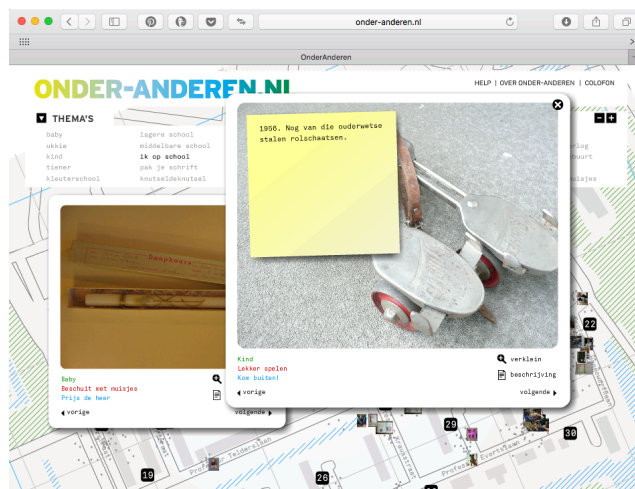


Fig. 16 - Onder-Andereen, ampliação das imagens com informação adicional

O projeto Onder-andereen demonstrou-nos dessa forma como através das novas tecnologias se fortaleceu a interação criativa entre a tangibilidade de uma peça de museu (o "físico"), a sua interpretação contextual (o "cultural") e seu significado futuro (o "virtual", no sentido de como pode reverter para a comunidade).

Ambos os projetos se enquadram na visão que Manfred Eisenbeis anuncia quando afirma que os estímulos das tecnologias da informação e comunicação — e o processo de mudança cultural acelerado que presenciamos — levam à necessidade do desenvolvimento de princípios de design capazes de integrar com sucesso tanto os recursos tangíveis dos museus como os intangíveis. A necessidade de museus como lugares de negociação cultural levanta-se não só pela emergência de novos métodos, novas formas de criação artística e de produção cultural, mas também como forma de preservação e renovação da herança cultural existente (Eisenbeis *in* Giaccardi, 2006, p. 30).

Elisa Giaccardi e Leysia Palen sublinham assim a importância do acesso e promoção da participação dos públicos neste processo, definindo o conjunto de princípios que, segundo as autoras, formam a matriz ideal para o sucesso do seu processo de implementação, nomeadamente no uso coordenado de diferentes *media* (2008, pp. 292-294):

1. **Criar as estruturas sociotécnicas** (*Create socio-technical infrastructures*): a disponibilização da tecnologia, só por si, nunca será suficiente pois é a infraestrutura social, que lhe está associada, que garante o envolvimento alargado da comunidade e a regula ao longo do tempo. A realidade técnica e a realidade social deverão ser sinérgicas. Como se observou no caso do MUVI, a recolha e interpretação de fotos foi auxiliada pela narrativa coletiva

que era promovida através do programa de rádio. Eram as histórias narradas por membros da comunidade que exaltavam as memórias pessoais e motivavam os outros membros da comunidade a partilhar igualmente as suas memórias através dos meios tecnológicos.

2. **Combinar vários espaços de interação** (*Combine multiple interaction spaces*): deverá ser sempre tido em conta as diferentes propriedades de cada *media* e tecnologia, da mesma forma que se deve respeitar a natureza dos materiais e espaços através dos quais as práticas se desenvolvem. No caso do MUVI a relação afetiva com o significado das fotografias, que à partida já era enorme, encontrou nas histórias narradas pela rádio a complementaridade perfeita para estimular a construção da memória pessoal e coletiva da região.
3. **Projetar para a perseverança** (*Design for persistence*): as estruturas desenvolvidas devem ser idealizadas com o objetivo de se tornarem parte da experiência que se pretende desenvolver e de forma a serem apropriadas pelas comunidades na sua prática diária. Este é um procedimento fundamental no que diz respeito à manutenção e desenvolvimento da relação dos públicos com a tangibilidade do património.
4. **Gerir os ritmos das participações** (*Pace participation*): é importante ter em conta as diferentes dinâmicas sociais dos indivíduos e o seu *background* na utilização destas soluções. Assim, torna-se fundamental que a experiência respeite essa condição e permita incluir os ritmos de interação mais adequados a cada participante, permitindo-lhe igualmente gerir o tempo da sua migração do papel de beneficiário para o de contribuinte e o de contribuinte para o de beneficiário. No MUVI, por exemplo, a rádio surgia como o elemento mais imediato para as gerações mais idosas, que assim se foram envolvendo, e se foram familiarizando com a realidade da plataforma *online*, até que, por fim, conseguiram também interagir e contribuir através desta última.
5. **Estimular a conversa** (*Encourage conversation*): como vimos no exemplo citado anteriormente, em que a disponibilização de informações incorretas resultou não só na sua retificação, mas também na inclusão de novo e pertinente conhecimento, as narrativas produzidas e difundidas em meios de comunicação

abertos e participados são hoje uma forma importante de recolha do património imaterial das nossas sociedades. A transformação dos artefactos de memória em assuntos de discussão abertos à comunidade, centrados nos seus valores e significados, exige que se desenvolvam infraestruturas capazes de reunir não só as suas representações — sejam fotos, textos ou áudio — mas também as múltiplas perspetivas que nos elucidam sobre a forma como eles eram e são percebidos e compreendidos por outros.

6. **Valorizar todas as participações** (*Legitimise personal accounts*): é importante considerarmos as diversas colaborações todas ao mesmo nível, mesmo quando aparentem ser de menor relevância, pois estas podem vir a tornar-se fundamentais quando se pretende ter uma visão mais abrangente do tema em questão. Como se observou no caso do MUVI, muitas vezes são pequenos detalhes que permitem estabelecer ligações entre questões laterais, como por exemplo no caso de fotografias de eventos públicos onde alguns intervenientes reconheciam os seus familiares em atividades que até então desconheciam, como músicos em bandas filarmónicas ou outros.
7. **Garantir o fluxo das narrativas** (*Sustain narrative flow*): é importante que diferentes visões se cruzem e que seja garantido o espaço de debate entre os distintos significados e valores culturais sobre um determinado património. Este processo deve ser contínuo e desenvolvido fomentando as relações entre os membros da comunidade com a sua herança comum, quer seja suportado pelos *media* quer aconteça naturalmente.
8. **Fomentar a noção de propriedade** (*Promote a sense of ownership*): a relação que se desenvolve com o património através dos *media* deverá ser desenhada para permitir reter e fortalecer a noção de propriedade que cada indivíduo mantém com a sua herança cultural. No caso do Onder-anderen, por exemplo, verificou-se que, da mesma forma que as pessoas mantinham uma conexão física intensa com os objetos que preservaram da sua infância, esse mesmo sentido de propriedade trespassava para as restantes representações dos mesmos, quer fossem imagens impressas ou disponíveis *online*.

9. **Ativar as sinergias sociais** (*Activate social synergies*): acionar e promover as sinergias sociais entre os diferentes grupos sociais e geracionais constitui-se igualmente como um importante mecanismo de estímulo na compilação e conservação do património, pois permite a troca de experiências de realidades distintas em que todos poderão ser beneficiados. Tal como se verificou no caso do MUVI, foram identificadas novas formas de colaboração que permitiram que diferentes gerações de cidadãos interagissem entre si, promovendo assim a troca de conhecimento e o fortalecimento das relações pessoais entre os membros da comunidade.

Os exemplos acima citados, bem como o conjunto de boas práticas enumerado, permitem-nos entender como a patrimonialização de base social, envolvendo os novos meios de comunicação e baseada na motivação da conjuntura coletiva onde os intervenientes se inserem, se poderá tornar um elemento importante nas práticas museológicas. Um pouco por todo o mundo vão surgindo novas experiências onde a interação entre as pessoas e os artefactos é colocada no centro do debate, nomeadamente através do desenho de sistemas onde esse envolvimento é priorizado e as constantes trocas interpretativas valorizadas, caminhando assim para o que Elisa Giaccardi denomina como "*Living Heritage Practice*" (Giaccardi & Palen, 2008, p. 294).

O reconhecimento institucional destas práticas é hoje igualmente uma realidade. O reconhecimento do valor do património cultural imaterial, por parte da Unesco, em 2003, através da assinatura da *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* (Unesco, 2006) pelos seus membros constituintes, contribuiu fortemente para que as questões relacionadas com o envolvimento das comunidades nos processos de patrimonialização se tenham tornado cada vez mais prementes. Especificamente no que diz respeito ao contexto europeu esta é hoje uma questão que assume contornos particularmente relevantes, tal como se pode verificar pelas deliberações estipuladas na denominada "*Convenção Quadro do Conselho da Europa Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade*", também conhecida como *Convenção de Faro* (INCM, 2008).

III.4 – A convenção de Faro

“Reconhecendo que cada pessoa, no respeito dos direitos e liberdades de outrem, tem o direito de se envolver com o património cultural da sua escolha, como expressão do direito de participar livremente na vida cultural consagrado na Declaração Universal dos Direitos do Homem das Nações Unidas (1948) e garantido pelo Pacto Internacional Relativo aos Direitos Económicos, Sociais e Culturais (1966); (...)

As partes na presente Convenção acordam em:

- a). Reconhecer que o direito ao património cultural é inerente ao direito de participar na vida cultural, tal como definido na Declaração Universal dos Direitos do Homem;
- b). Reconhecer uma responsabilidade individual e coletiva perante o património cultural;(...)”

in “Convenção Quadro do Conselho da Europa Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade”, aprovada e assinada em Faro a 27 de Outubro de 2005 e publicada em Diário da República, 1ª série— N.º 177—12 de Setembro de 2008, página 8–20.

Assinada por Portugal a 27 de Outubro de 2005, a Convenção Quadro do Conselho da Europa Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade define os conceitos, objetivos, direitos, responsabilidades e políticas de património cultural, entre outras, a serem implementadas pelos seus signatários. Fica reforçada nesta convenção a importância da participação dos cidadãos, não só no usufruto do que será estabelecido como património cultural, mas também nas tomadas de decisão sobre a sua definição, seleção e enriquecimento. Este princípio é claramente exposto no seu artigo 4º, Direitos e responsabilidades relativos ao património cultural, onde fica acordado que *“as partes reconhecem: a) que cada pessoa, individual ou coletivamente, tem o direito de beneficiar do património cultural e de contribuir para o seu enriquecimento;”* e, no seu artigo 12º, Acesso ao património cultural e participação democrática, onde:

“as partes comprometem-se a: a) Encorajar todas as pessoas a participar: No processo de identificação, estudo, interpretação, proteção, conservação e apresentação do património cultural; na reflexão e debate públicos sobre as oportunidades e os desafios que o património cultural representa”.

Esta é uma convenção que vem assim reclamar a importância do património não só como recurso material primário, monumento ou natural, mas também como um recurso ao dispor da população. É desta forma explícita que se declara o direito das comunidades em se desenvolverem sustentadas numa atitude ativamente relacionada com o seu próprio património pré-existente.

Esta é uma política que não é inocente para a União Europeia. Numa época em que se questiona a cultura e identidade da Europa como um todo — debate agravado pelas crises económicas e de representação política que hoje se verificam — esta é uma iniciativa que apresenta nas suas reflexões genéricas a importância da gestão da diversidade cultural para a construção de sociedades coesas, a relevância da promoção do ambiente urbano e da qualidade de vida e a questão primordial do fomento da participação democrática por parte dos cidadãos.

Os exemplos que observámos anteriormente confirmam, em parte, muitas das hipóteses colocadas à partida pelo texto fundador da convenção. Constata-se recorrentemente, nos casos citados, como estes promovem o recurso ao imaginário coletivo como a “cola” social que transforma as memórias individuais de cada participante num património comunitário ao serviço de todos. É neste espaço que a mobilização social acontece, edificando a representação coletiva de um grupo em torno do que os une e da discussão sobre os conflitos que os distanciam.

O desenho de soluções que promovam processos de patrimonialização neste contexto permitirão uma maior consolidação da sociedade civil a partir das ações dos seus próprios integrantes. É também desta forma que este compromisso se constitui como um processo de patrimonialização que habilita grupos de pessoas a implementar a sua cidadania de forma mais profunda, transformando assim indivíduos em cidadãos de pleno direito.

III.5 – Conclusão

Durante este terceiro capítulo procurámos demonstrar como as visões contemporâneas de formação da herança cultural, nomeadamente após o reconhecimento oficial das práticas associadas à valorização do património imaterial, se constituem hoje como pilares fundamentais na construção, aberta e democrática, dos mecanismos identitários das sociedades modernas. A evolução registada, do ponto de vista antropológico, dos estudos da memória, permite-nos assinalar o gradual abandono das políticas de imposição de visões sociais comuns e

globalizantes em detrimento do reconhecimento da importância das recordações individuais por oposição a subordinação do coletivo, privilegiando assim as experiências pessoais do passado e a identificação particular dos indivíduos com narrativas que desenvolvem a partir da sua "verdade histórica" dos factos.

Tal como havíamos observado no capítulo 2, verificamos assim que a importância de trazer para o debate a participação social mais alargada é também uma preocupação mais ampla, fundada na própria discussão da construção da história, como um todo, e não específica da história do design em particular. Estes processos, que encontram no domínio da memória de base social a sua sustentação, estão presentes há muito no nosso tecido comunitário sendo, desde a segunda metade do séc. XX, estudados por investigadores de diversas áreas e defendidos como ativos fundamentais no desenvolvimento de futuros socialmente coesos e sustentáveis para as sociedades em que ocorrem. Embora este seja, portanto, um fenómeno que não se inicia com a realidade imposta pelos novos desafios associados à computação, é facilmente reconhecível que a massiva ligação em rede e exposição pública, que esta nova conjuntura permite, venha enfatizar e popularizar os esforços de patrimonialização *bottom-up* e os agentes a si associados.

Através dos exemplos citados observamos que estamos na presença de novas tipologias de participação, que não se limitam ao registo e exposição de artefactos significantes, mas, igualmente a esforços interpretativos que, embora não necessariamente enfeudados a metodologias ou protagonistas académicos/científicos, se poderão constituir como recursos valiosos no processo de desenvolvimento da identidade dos seus intervenientes.

Esta inclusão das comunidades nos processos de patrimonialização, através das novas tecnologias, traz assim desafios a nível global, tanto no que diz respeito à quantidade de dados gerados bem como à qualidade dos mesmos. Não sendo esta uma problemática exclusiva do domínio da história, pois este é um processo de transformação social que ocorre simultaneamente em todos os domínios e ao nível planetário, torna-se importante desenvolver uma análise mais atenta do fenómeno, descodificando as suas origens, caracterizando a sua implementação, conjecturando o seu futuro e o papel que este assumirá, em específico, nos mecanismos de construção social de memória e nos processos de patrimonialização a si associados.

CAPÍTULO IV

WEB 2.0, PARTICIPAÇÃO E CONTEÚDOS GERADOS SOCIALMENTE

"In a historical eyeblink, we have gone from a world with two different models of media — public broadcasts by professionals and private conversations between pairs of people — to a world where public and private media blend together, where professional and amateur production blur, and where voluntary public participation has move from non-existent to fundamental. This was a big deal even when digital networks were used only by an elite group of affluent citizens, but it's becoming a much bigger deal as the connected population has spread globally and crossed into the billions" (Shirky, 2010a, pp. 211-212).

Como nos refere Clay Shirky, é neste "piscar de olhos" que a emergente sociedade do conhecimento se passa a confrontar com o questionamento dos limites aos tradicionais modelos de produção de saber, assistindo-se à transição das conservadoras estruturas hierárquicas para modelos *heterárquicos* (Bruns, 2006, p. 4), onde a organização social do conhecimento acontece numa relação dialógica horizontal entre todos os participantes.

Se esta é uma realidade que se vem impondo transversalmente na nossa sociedade é também expectável que, paralelamente, se conformem novas formas de interação com a nossa herança cultural, quer seja na promoção do acesso generalizado ao seu espólio, bem como na configuração que esta assume nestes novos suportes digitais. Este é um contexto participatório onde as oportunidades de criação de conteúdos colaborativamente "curados" se poderão configurar como importantes repositórios de conhecimento para as gerações futuras, gerando saber socialmente mais significativo continuamente negociado e reconstruído, transformando este processo num sistema "vivo" e contínuo, alimentado pela prática diária de milhões de contribuidores. Estaremos, nesse sentido, na presença de formas de patrimonialização eventualmente mais relevantes para as gerações atuais e futuras, sustentadas através do registo diário do legado destas comunidades, efetuado *online* e *bottom-up*.

Embora relativamente rápido, este não foi, no entanto, um contexto que tenha surgido inesperadamente, mas antes a consequência mais visível

de um processo de evolução tecnológica que ainda hoje se encontra em progressão e que tem na *World Wide Web (WWW)*, na sua versão 2.0, a sua primeira figura mais evidente.

IV.1 – A web 2.0

“Freed from the limitations of the physical world, people are able to use social technologies to connect across geographies and time zones and multiply their influence beyond the number of people they could otherwise reach” (Bughin, Byers, & Chui, 2011).

Embora a *WWW* seja um fenómeno recente, passando apenas cerca de 25 anos desde que Tim Berners-Lee lhe atribuiu esta designação e que, em conjunto com Robert Cailliau, propôs o hipertexto como forma de conectar e permitir o acesso a informação a partir de uma rede de nodos pelos quais os utilizadores poderiam navegar (Gillies & Cailliau, 2000), a verdade é que a *Web*, ou a Internet, como é geralmente denominada na língua portuguesa, é hoje, para uma grande maioria da população, uma componente estrutural da sua vida profissional e pessoal. Tendo atingindo altas taxas de implementação em praticamente todos os sectores da nossa sociedade, foi essencial a partir do final de 2001, com o surgimento do *“dot-com bubble burst”*²³ e da reorganização dos seus serviços que aí se verificou, que se identifica o surgimento de uma segunda geração de aplicações disponibilizada por esta rede, que têm vindo a revolucionar a forma como comunicamos, trabalhamos e nos relacionamos no geral enquanto cidadãos.

É em 2004, a partir do trabalho conjunto entre a *O'Reilly Media* e a *MediaLive International*, durante a conferência *“Web 2.0 Conference”*²⁴, que se estabiliza o termo Web 2.0 com que, a partir daí este fenómeno se popularizou (O'Reilly, 2005). Nas palavras de Tim O'Reilly a Web 2.0 define-se como:

“(...) the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data

²³ Este é o termo com que ficou conhecida a crise financeira ocorrida no início do século XXI, directamente relacionada com a economia baseada na internet, e que afetou muitas das empresas que operavam neste domínio, originando a falência de várias delas (O'Reilly, 2005).

²⁴ Este é um evento que continuou a realizar-se regularmente desde então, sendo posteriormente designadas de “Web 2.0 Summit” - <http://www.web2summit.com> e ocorrendo a sua última edição em Outubro de 2011.

from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an 'architecture of participation', and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences" (O'Reilly, 2007, p. 17).

É neste contexto que a Web 2.0 faz emergir um novo paradigma no que diz respeito à conceção e utilização dos serviços *online*, pois, assumindo a sua centralidade no utilizador, remete também para este um papel fundamental na criação dos seus conteúdos (fig. 17).

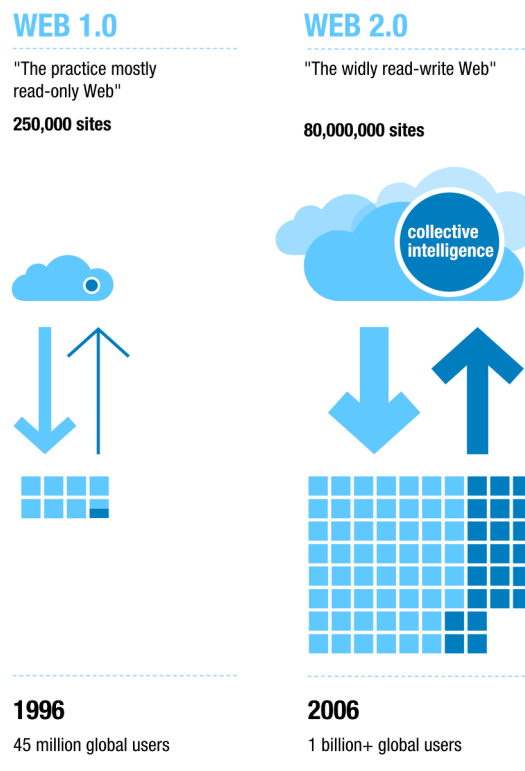


Fig. 17 - Web 1.0 vs. Web 2.0 (Beça, 2013) – Redesenhado pelo autor.

Pedro Beça (2013), referindo Murugesan (2007) e O'Reilly (2007), resume as características da Web 2.0 como:

- interfaces interativas e simples de utilizar;
- aplicações cujo sucesso dos serviços depende dos números de utilizadores, pois os mesmos podem ajudar a melhorá-los;
- sistemas disponibilizados, na sua maioria, gratuitamente;
- a grande facilidade no armazenamento de dados e na criação de páginas *online*;

- a possibilidade de vários utilizadores poderem aceder simultaneamente à mesma página e editar os seus conteúdos;
- a disponibilização de informações que são atualizadas quase instantaneamente;
- sítios *Web/software* que podem ser associados a outras aplicações, podendo assim tornarem-se mais interativos e produtivos, transformando-se noutras plataformas (pela união de várias aplicações);
- serviços que têm por base o funcionamento *online*, e podem recorrer a sistemas *offline* como mecanismos de exportação/importação de informação;
- serviços que deixam de ser catalogados por versões e passam a ser atualizados continuamente;
- serviços que permitem criar e gerir mais facilmente comunidades *online*;
- sistemas onde a atualização da informação é feita colaborativamente, tornando-se mais fidedigna com o aumento do número de utilizadores que a consulta e a atualiza;
- plataformas que, recorrendo à utilização de *tags* (descritores), têm contribuído para a construção da Web semântica (uma *framework* comum que permite a partilha e a reutilização de dados entre aplicações, empresas e comunidades) e para a indexação dos conteúdos *online*.

Com a implementação desta realidade são colocadas ao dispor das sociedades novas ferramentas e sistemas digitais, móveis e maioritariamente online que têm permitido o estabelecimento de novos modelos de participação e colaboração, provocando assim grandes transformações na forma como comunicamos e, tal como refere Clay Shirky:

“Quando alteramos a forma como comunicamos, alteramos a sociedade” (Shirky, 2010b, p. 25).

IV.2 – **Do *social media* às *social technologies* e a emergência da cultura participativa**

É associada à realidade anteriormente descrita que, por norma, surge a designação *social media*, termo que, inclusive, em muitas situações é usado como sinónimo de *Web 2.0*. Este é um uso inadequado que emerge facilmente da relativa “confusão” que se reconhece na revisão da literatura associada ao termo, quer no espectro académico quer não académico, pelo que entendemos ser importante tentarmos esclarecer as fronteiras entre o que se entende por *Web 2.0*, *social media* e conteúdos criados pelos utilizadores (*UCC – User Created Content*).

Segundo os autores Andreas M. Kaplan e Michael Haenlein, embora já em 1979 Tom Truscott e Jim Ellis da *Duke University* tivessem criado a *Usenet*²⁵, a “Era do *Social Media*” terá começado, provavelmente, há quase vinte anos quando, em 1998, Bruce e Susan Abelson fundaram o “*Open Diary*”, uma rede social online que permitia a cada utilizador ter o seu diário disponível na *WWW*, dando assim, simultaneamente, origem a uma das primeiras comunidade de escritores que desenvolvem a sua atividade *online* (Andreas & Michael, 2010). É também por esta altura que é usado pela primeira vez o termo “*weblog*” — pouco depois abreviado para “*blog*” — quando um dos utilizadores propositadamente, e com uma finalidade meramente recreativa, altera o nome “*weblog*” para a frase “*we blog*”.

A evolução que verificou desde então, principalmente ao nível da capacidade de processamento e de velocidade de acesso à *web*, permitiu o surgir de serviços como o *Blogger*²⁶, o *YouTube*²⁷ ou o *Twitter*²⁸ e o estabelecimento de novas plataformas online, como o *Facebook*²⁹ ou o *Google+*³⁰ que, em constante evolução e permanentemente acrescentando novas funcionalidades, têm estado na base desta nova realidade que é conhecida como “*social media*”.

Contudo, como vimos anteriormente, o termo *Web 2.0* refere-se aos desenvolvimentos que se verificaram ao nível da engenharia de *software* que permitiram novas utilizações da *World Wide Web*, ou seja, novas realidades que tecnicamente permitiram a criação e modificação dos seus

²⁵ Um sistema de conversação ao nível planetário que permitia a publicação de mensagens públicas por parte dos utilizadores.

²⁶ <http://www.blogger.com>

²⁷ <http://www.youtube.com>

²⁸ <http://twitter.com>

²⁹ <http://www.facebook.com>

³⁰ <http://plus.google.com>

conteúdos de forma participatória e colaborativa. Podemos assim considerar, tal como nos é proposto por Kaplan e Haenlein, que, quando estamos a utilizar o vocábulo *Web 2.0*, estamos a referir-nos à plataforma que permitiu, e permite, o desenvolvimento do *social media* (Andreas & Michael, 2010, pp. 60-61).

Ainda para os mesmos autores, no mesmo sentido que a *Web 2.0* representa a sua base ideológica e tecnológica, os conteúdos criados pelos utilizadores (*UCC - User Created Content*) podem ser entendidos como a soma de todas as práticas através das quais os indivíduos utilizam o *social media*, designando assim o resultado das variadas tipologias de conteúdos criados pelos utilizadores e publicamente acessíveis.

Quanto a esta última definição, é importante ainda acrescentar os resultados do relatório da OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, de 2007, designado "*Participative Web and User-created Content*", onde são definidos os três requisitos básicos que esclarecem o que se entende por conteúdos criados pelos utilizadores (*UCC*) (Vickery & Wunsch-Vincent, 2007):

- **Publication requirement:** considerada a característica principal, este primeiro item diz-nos que o conteúdo tem de estar publicado alojado e disponível "algures", por exemplo, num *website*, num *blog* ou numa rede social acessível a um determinado grupo de pessoas. Esta característica exclui o e-mail, mensagens instantâneas (vulgo *chat*) e outros tipos de comunicação unipessoal;
- **Creative effort:** a segunda característica diz-nos que tem de existir no conteúdo criado algum esforço criativo, quer seja na criação da informação ou na adaptação de informação existente com o objetivo de gerar nova. Ou seja, o utilizador tem sempre de acrescentar valor ao conteúdo que está a disponibilizar. De referir ainda que este esforço criativo pode ser colaborativo, por exemplo criado através de plataformas que permitam a edição coletiva, e cuja quantificação da inovação registada é sempre muito difícil de definir e altamente dependente do contexto;
- **Creation outside of professional routines and practises:** como terceira característica é-nos referido que os *UCC* são geralmente criados fora das práticas e rotinas profissionais. Por norma, não têm o suporte de qualquer iniciativa comercial ou institucional e podem ser produzidos por qualquer "não-profissional" de determinada área, sem qualquer expectativa de renumeração ou

lucro. Por norma os fatores motivacionais prendem-se com: a relação criada com pessoas com os mesmos interesses, a busca de reconhecimento ou prestígio e a sua própria expressão pessoal.

Embora a prática da criação de conteúdos pelos utilizadores já estivesse presente na *WWW* antes da *Web 2.0*, são as capacidades introduzidas e desenvolvidas por esta última que oferecem a esta tipologia de conteúdos um papel fundamental na nossa realidade contemporânea.

Definindo a *Web 2.0* como o paradigma tecnológico que permite o surgimento do *social media* e os *UCC* como o conjunto de conteúdos que dele advêm, Kaplan e Haenlein limitam assim a definição de *social media* ao grupo de aplicações sustentadas pela *Web 2.0* que permitem a criação e troca de conteúdos criados pelos utilizadores (Andreas & Michael, 2010, pp. 60-61). Assumem que é dentro desta grande definição que cabe este novo ecossistema de *software online*, não reconhecendo que exista ainda uma resolução sistémica segundo a qual se possa categorizar as diferentes tipologias de aplicações de *social media*, tais como a *Wikipedia*³¹, o *YouTube*, o *Facebook*, o *Twitter*, entre outros, até porque o surgimento diário de novos produtos, que entram em rutura com os modelos anteriormente estabelecidos, é ainda uma constante (Andreas & Michael, 2010, pp. 60-61).

Embora esta seja uma verdade inegável, encontramos no relatório "*The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies*", publicado pela *McKinsey Global Institute (MGI)*, e da autoria de Michael Chui, James Manyika, Jacques Bughin, Richard Dobbs, Charles Roxburgh, Hugo Sarrazin, Geoffrey Sands e Magdalena Westergren, uma outra proposta de organização desta realidade. Incluindo o termo *social media* dentro de uma conjuntura maior, denominadas por *social technologies* (Hagen & Robertson, 2012) (Bernoff & Li, 2008), os autores referem que sendo estas ferramentas e práticas emergentes, que promovem a conexão, produção, partilha, localização, publicação e distribuição de conteúdos, elas caracterizam-se essencialmente pela sua capacidade de facilitar uma maior participação social em contextos tecnologicamente mediados. Ao configurarem-se em sistemas assentes em plataformas sociais eletrónicas – em torno das quais as comunidades crescem, evoluem e trocam experiências entre si – elas desenvolvem-se sob práticas de participação voluntária e baseadas na geração de valor para quem as usa, o que, de várias formas, transborda os limites da *WWW*.

³¹ <http://www.wikipedia.org>

A adoção do termo *social technologies* pretende dessa forma alargar o espectro da intervenção definido por *social media*. Com origem ainda no século XIX³², este termo é hoje usualmente reconhecido como todo o ecossistema que envolve:

"the computer code and the services that enable online social interaction" [sendo, essencialmente:] "the product of 40 years of technology evolution and the fulfilment of a long-held vision of what computers and digital technology could do" (Chui, Manyika, Bughin, Dobbs, & Roxburgh, 2012, p. 5).

Segundo Michael Chui, as *social technologies* permitem, a qualquer indivíduo inserido num grupo, desenvolver relações, ter acesso e consumir conteúdos, o que, em si, inclui muitas das tecnologias específicas do "*Social Media*", da "*Web 2.0*", das "*Collaboration Tools*" ou de outros modelos que surgem hoje com surpreendente regularidade. É precisamente esta intensa proliferação de termos, que pretendem definir estes fenómenos, que leva este autor a adotar o termo *social technologies* enquanto definição do sistema holístico de interação e comunicação, de base social e cuja implementação temos vindo a assistir, que apresenta atualmente um conjunto de áreas que se aparentam estabilizar (fig.18).

³² O termo "*social technology*" é usado pela primeira vez na Universidade de Chicago por Albion Woodbury Small e Charles Richmond Henderson no fim do século XIX. Num seminário, em 1898, Small fala de *social technology* como sendo o uso do conhecimento sobre factos e leis da "vida social" com o propósito de atingir objectivos sociais.

Social technologies include a broad range of applications that can be used both by consumers and enterprises



SOURCE: McKinsey Global Institute analysis

Fig. 18 - *Social technologies as the products and services that enable social interactions in the digital realm* (Chui et al., 2012, p. 4) – Redesenhado pelo autor

“Being social is a feature, not a product. Almost any digital technology can be made “social” through adding the ability for people to connect, comment, or share” (Chui et al., 2012).

Para Chui, as *social technologies* ampliam os comportamentos sociais para a escala e velocidade da internet. Ao fazerem-no, permitem aos utilizadores comunicar e interagir à escala global, dando-lhes a oportunidade de fazer chegar as suas mensagens mais longe, alargar a sua rede de conhecimentos a partir de outros indivíduos com os mesmos interesses e, principalmente, envolverem-se em causas e ações numa escala nunca antes possível. Estas novas capacidades têm-nos permitido assistir a novos comportamentos sociais com consequências até há pouco completamente

inesperadas³³. Esta migração das interações sociais para plataformas virtuais, e a sua correspondente desmaterialização — no que diz respeito aos constrangimentos de tempo, localização e escala da rede social — têm exposto o potencial das *social technologies*, demonstrando-o principalmente através da velocidade e abrangência com que estas rapidamente se estabelecem e do consequente “*output*” que o seu uso promove.

IV.2.1 - A emergência da cultura participativa

É a esta nova conjuntura que autores como Henry Jenkins associam uma mudança cultural, denominada de “cultura participativa”, caracterizada pelo encorajamento da busca permanente de nova informação, por parte dos consumidores de conteúdos, onde estes estabelecem as suas próprias ligações entre a informação disponibilizada “nas suas próprias mãos” com outras que eles próprios têm a liberdade de selecionar (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009).

Jenkins entende que a quase ausência de barreiras à expressão artística e à responsabilidade cívica, com que esta cultura se caracteriza, surge como um dos principais fatores responsáveis pela emergência de uma variedade de novos papéis no seio destas novas tecnologias, que antes estavam reservados a protagonistas específicos. Hoje, no âmbito da cultura participativa, qualquer pessoa com uma ligação à internet pode-se apresentar como um autor, um editor, distribuidor, ser recomendado por pares ou assumir o papel de crítico (Jenkins, 2006). É, portanto, nesta troca de experiências, que ocorre em rede, que o mesmo autor reconhece nos utilizadores da *web* o impulso para a criação e partilha dos seus próprios trabalhos com outros, bem como a “autoestruturação” de práticas informais de orientação pelas quais estes se regem, onde, por norma, o conhecimento sobre um determinado assunto detido (reconhecidamente) pelos mais sábios é passado aos menos sabedores.

Jenkins identifica neste processo de partilha de informação alguns dos motivos que levam os membros desta cultura a considerarem as suas contribuições importantes e, partindo desta prática, a estabelecerem diversos graus de interação social entre eles. É assim que este autor tipifica as quatro situações em que podemos encontrar estes costumes associados à cultura participativa (Jenkins et al., 2009 pag. XI):

³³ Governos caíram, como se verificou na denominada “primavera árabe”; Surgiram novos sistemas de crédito de base social, como é o caso do Kiva - <http://www.kiva.org>; ou simplesmente comunidades locais que se começam a auto-organizar, muitas vezes prescindindo da colaboração dos governos centrais.

1. **Afiliações (*affiliations*):** Através de comunidades online compostas por membros, formais e informais, que incorporam diversos *media*, como por exemplo o *Facebook*, *MySpace*³⁴ ou a nova geração de jogos online³⁵;
2. **Expressões (*expressions*):** Através da produção de novas formas de criação artística, como acontece, por exemplo, com o *digital sampling*³⁶, *vidding*³⁷ ou *mash-ups*³⁸;
3. **Colaboração na resolução de problemas (*Collaborative problem solving*):** Na constituição de equipas de trabalho, formais ou informais, que têm como objetivo o completar de tarefas específicas e desenvolver novo conhecimento, como no caso da *Wikipedia*;
4. **Distribuições (*Circulations*):** Na definição da seleção e distribuição de conteúdos, tal como ocorre com o *podcasting*³⁹ ou *blogging*⁴⁰.

Como vimos anteriormente, os efeitos resultantes desta cultura emergente têm-se tornado evidentes em diversos sectores da nossa sociedade. A quantidade e diversidade de informação gerada de forma partilhada atinge hoje números surpreendentes que, como seria expectável, têm-se vindo a refletir-se na própria economia, entrando em confronto como muitos dos modelos económicos vigentes, colocando-os em causa e, em alguns casos, praticamente substituindo-os (Shirky, 2010a).

Clay Shirky, citando o economista francês Dominique Foray, professor da *École Polytechnique Fédérale* na Suíça, procura demonstrar-nos como a economia do conhecimento tem sido especialmente visada nesta nova conjuntura, beneficiando grandemente das quatro condições

³⁴ Ver <http://myspace.com>

³⁵ Como é o caso do *Warcraft* (<http://eu.battle.net/wow/en/>) ou o *Minecraft* (<https://minecraft.net>) onde, complementarmente ao jogo, são desenvolvidas comunidades onde os seus membros podem trocar as mais diversas informações, desde organizarem-se em equipas, partilharem conhecimento adquirido ou simplesmente falarem entre si.

³⁶ Termo que define a prática de retirar amostras de uma música com o objetivo de criar novas composições;

³⁷ Prática que, por norma, é levada a cabo por admiradores de artistas, que se caracteriza por compor vídeos recorrendo a vários vídeos de fontes "oficiais";

³⁸ Denominação com que é reconhecida a criação de músicas a partir da sobreposição de duas ou mais criações musicais pré-existent, normalmente recorrendo à componente instrumental de uma e à componente vocal de outra;

³⁹ Forma de publicação de ficheiros áudio on-line que, embora semelhantes a programas de rádio convencionais, podem ser carregados para o computador ou para um leitor de áudio digital e ouvidos quando e sempre que o utilizador quiser;

⁴⁰ Acto de publicar artigos online sob o formato de pequenas entradas (*posts*) que, por norma, são apresentados por ordem cronológica.

que, para Foray, são fundamentais para que esta tipologia de economia se desenvolva: 1) o tamanho da comunidade; 2) o custo de partilhar o conhecimento; 3) a compreensibilidade do que é partilhado; 4) as normas culturais dos intervenientes (Shirky, 2010a, p. 140).

Tal como nos refere Shirky, é evidente que a primeira condição encontra no seio das *social technologies* o terreno propício à sua consolidação. Mesmo em situações em que estamos a tratar de assuntos muito específicos, e como já nos havia demonstrado Chris Anderson na sua obra *The Long Tail* (Anderson, 2008), a probabilidade de nos relacionarmos com indivíduos com os mesmos interesses é muito maior através deste modelo do que recorrendo às tecnologias até aqui vigentes.

No mesmo sentido, as *social technologies* asseguram igualmente a segunda condição de Foray, pois têm vindo a tornar os custos de partilha praticamente inexistentes. Esta é ainda uma circunstância que reforça a consolidação da primeira condição pois, como é evidente, a diminuição do custo de partilha torna possível o acesso à comunidade por um maior número de indivíduos.

Em relação à terceira condição, a compreensibilidade da informação, Shirky indica-nos os exemplos de como as aplicações desenvolvidas para a *web*, e acedidas universalmente, têm imposto linguagens comuns, que embora possam não ser literalmente entendíveis por todos, estão simultaneamente acessíveis ao nível global através de terminais que as decodificam e as tornam inteligíveis. É o caso, por exemplo, das linguagens computacionais complexas que permitem a construção de modelos tridimensionais de qualquer artefacto, tornando hoje mais simples o acesso à informação sobre a forma como estes são constituídos, ao mesmo tempo que, ao consentirem a sua subsequente desconstrução, promovem a sua reinterpretação por parte de um qualquer utilizador final.

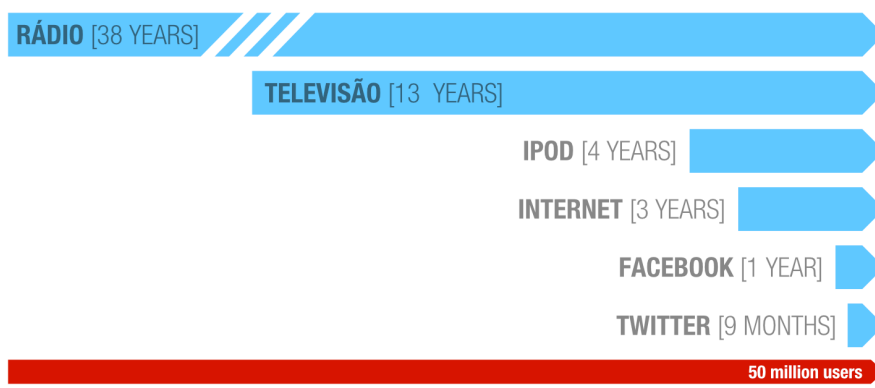
Conjugando, só por si, o aumento do tamanho da comunidade, a diminuição do custo de partilha e a percetibilidade da informação, verificamos que estamos perante a conjuntura base a partir da qual novo conhecimento pode ser potenciado, sendo esta uma realidade que já hoje se verifica em grupos de trabalho na web, onde o desenvolvimento destas características são proporcionais à intensificação da produção de novo conhecimento. Inerente a estas práticas Shirky sublinha a importância da quarta condição definida por Foray e esclarece como esta se tem verificado neste âmbito. Ou seja, ao assumir-se a cultura como o conjunto de pressupostos partilhados pela comunidade — sobre como esta deve desenvolver o seu trabalho e as relações entre os seus membros — estes grupos, para além de tirarem proveito das condições anteriormente referidas, têm necessidade de definirem plataformas de entendimento para poderem

trabalhar e partilhar informação em conjunto, como é o caso, por exemplo, das comunidades de programadores de *software* livre. Estas comunidades, onde todos participam assumindo o princípio de “partilhar para melhorar”, caracterizam-se pela troca e interpretação de conhecimento entre os seus membros, de forma a que cada um deles se torne mais competente nas suas funções, ao mesmo tempo que vão definindo o seu espaço no seio do grupo. Ou seja, tornam-se organizações onde as normas que foram sendo estipuladas, e as mantém unidas, são muitas vezes mais relevantes do que o próprio conhecimento gerado, pois o compromisso com a cultura do grupo sobrepõe-se ao trabalho em si (Shirky, 2010a, p. 143).

É neste sentido que a cultura participativa vem progressivamente assumindo um papel cada vez mais importante na denominada economia do conhecimento. Se pensarmos que no início de 2012 mais de 1.5 biliões de pessoas interagiam com redes sociais na *web*, pelo menos, uma vez por mês (Chui et al., 2012, p. 22), verificamos que estamos perante um recorde absoluto no que diz respeito à adoção e penetração de uma tecnologia na nossa sociedade (fig. 19) que, embora inicialmente se apresentasse muito conotada com as faixas etárias mais baixas, é hoje muito mais transversal que diz respeito ao seu uso.

Social technologies have been adopted at record speed

Time to reach 50 million users



SOURCE: Various press reports

Fig. 19 - Ritmo de adoção das social technologies (Chui et al., 2012, p. 22) – Redesenhado pelo autor.

Este é hoje o resultado mais visível do crescimento exponencial da *World Wide Web*, cuja abrangência e capacidade de processamento continua a apresentar índices galopantes e que, em associação ao advento da denominada *Web 2.0*, gerou o contexto ideal para que as *social technologies*

sejam hoje parte integrante das nossas vidas. A sua disponibilização em sociedades “hiperativas”, onde a rapidez entre procura e resposta, ideia e realização, necessidade e satisfação é cada vez maior, contribuiu imenso para essa rápida adoção, transformando-as hoje em ferramentas de apoio a muitas das nossas tarefas diárias. Assistimos assim a uma reorganização, à escala global, da forma como interagimos em sociedade e de como estas novas dinâmicas sociais estão a ter um impacto profundo na produção tradicional de conhecimento nas mais variadas áreas do saber.

“Freed from the limitations of the physical world, people are able to use social technologies to connect across geographies and time zones and multiply their influence beyond the number of people they could otherwise reach” (Chui et al., 2012, p. 7).

IV.3 – **O utilizador: de *prosumer* a *pro-am* e a *produser***

Desde que estas tecnologias começaram a incorporar e estender as capacidades, não só, de simples utilizadores domésticos, mas também de grupos empresariais e outros sectores da sociedade, milhões de pessoas passaram a adotar novos comportamentos que passam pela migração de grande parte da sua interação social para estas plataformas, estabelecendo assim novas conexões centradas na partilha de conteúdos. Como vimos anteriormente, são plataformas que inovam na forma como os cidadãos se conectam e comunicam entre si e que muito têm contribuído para o esbater da fronteira entre produtores e consumidores de conteúdos, alterando assim o foco de interesse, que anteriormente se centrava quase exclusivamente na própria informação, para quem produz a informação (Iiyoshi & Kumar, 2008).

Embora a prática da produção de conteúdos pelos seus utilizadores seja um fenómeno relativamente recente é hoje, igualmente, um dos mais estudados em contexto académico. O papel que o cidadão assume individualmente dentro deste ecossistema tem merecido a atenção dos mais variados investigadores, como é o caso de Jacob Nielsen, Jenny Preece e Nina Simon. Pedro Beça, no esforço de síntese do pensamento destes três autores, apresenta-nos três níveis de participação social que ocorrem nestas plataformas (2013, p. 41):

- **readers** ou **lurkers** (consumidores) — utilizadores que apenas navegam pelos *social media* — como blogues e *Wikis* —, visualizam vídeos no *Youtube*, ouvem *podcasts*, etc.;

- ***judges*** ou ***contributors*** (contribuidores) — utilizadores que contribuem, por exemplo, em blogues ou *wikis*, que partilham hiperligações via serviços de *bookmarking* ou leitores de RSS ou que comunicam com outros utilizadores através de serviços de mensagens instantâneas, *micro-blogging* e redes sociais;
- ***creators*** (produtores) — utilizadores que criam os seus próprios conteúdos, como fotografias ou vídeos, e os partilham. São ainda utilizadores que constroem os seus próprios blogues, *wikis* ou redes sociais, para fomentar a criação de relações e a discussão com outros utilizadores.

Embora esta divisão seja clara e de fácil identificação, é igualmente importante ter em conta que o número de utilizadores associado a cada um destes perfis é radicalmente diferente (fig. 20). Tem-se verificado que praticamente todos os utilizadores se configuram como consumidores, que apenas uma pequena percentagem se comporta como contribuidores e que existe apenas uma minoria que se assume como produtor (Nielsen, 2006; Simon, 2007).

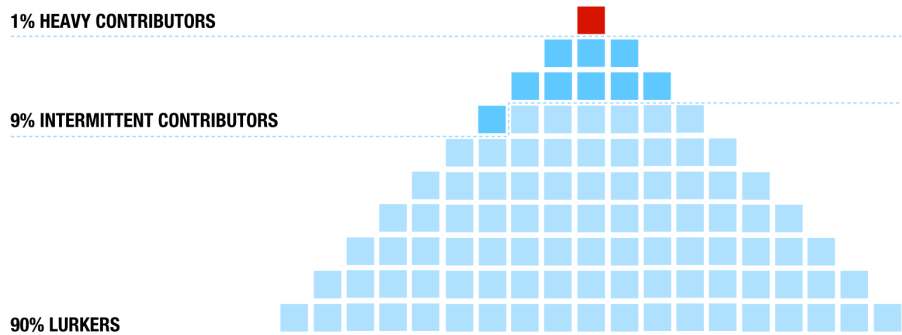


Fig. 20 - Distintas tipologias de participação na Web (Nielsen, 2006) – Redesenhado pelo autor.

Ainda assim, o que tem vindo a ser demonstrado é que as competências estão disponíveis e que assistimos cada vez mais à alteração de comportamentos por parte dos públicos, contribuindo para uma evolução positiva no que diz respeito ao número de produtores de conteúdos. Neste contexto, tem-se vindo a assistir ao surgimento de novas práticas de responsabilização social, promovidas por esta nova realidade, que atribuem aos cidadãos novos direitos e obrigações. Autores como Charles Leadbeater (Leadbeater & Miller, 2004) ou Axel Bruns (Bruns, 2006) têm

defendido que o papel do consumidor dos conteúdos das *social technologies* se enquadra hoje em novas categorias que, na sua generalidade, surgem como evoluções do seu papel de *prosumer*, tal como Alvin Toffler o definiu originalmente em 1980 no seu livro "A Terceira Vaga" (Toffler, 1999).

Nesta obra, Toffler introduz esta designação, recorrendo à junção dos termos produtor (*producer*) e consumidor (*consumer*), procurando definir assim a nova tipologia de consumidor que viria a surgir no início do século XXI, caracterizada por uma aproximação, e eventual fusão, entes estes dois papéis. O autor explica-nos como a partir da segunda metade do século XX os consumidores foram evoluindo para um nível quase profissional no que diz respeito ao conhecimento acerca dos bens que consomem, tomando uma atitude mais crítica e responsável sobre a sua aquisição. Como nos refere Richard Saul Wurman, os consumidores deixaram de apenas comprar maionese para procurarem saber como a fazer, quais os melhores ovos para tal e até se as galinhas que põem foram criadas ao ar livre (Wurman, Leifer, & Sume, 2001, p. 8).

Este maior envolvimento do consumidor no ciclo de produção dos produtos, desde a fase de conceção à produção, resultaria, segundo Toffler, no surgimento de artefactos e serviços concebidos à sua imagem, indo assim ao encontro das suas mais imediatas necessidades (Toffler, 1999). Esta era uma conjuntura que começava a emergir com as cadeias de *fast-food*, vindo a desenvolver-se de sobremaneira com o implementar da lógica de *self-service* em serviços que antes eram prestados por terceiros. O consumidor passa assim a abastecer a sua própria viatura quando se dirige a uma estação de serviço, passa a executar as suas operações bancárias através de terminais autónomos, assume as funções de registo e embalamento dos produtos que adquire nos supermercados, entre muitos outros serviços que, ainda hoje, se vão reconfigurando para operarem nestes moldes (Ritzer & Jurgenson, 2010).

O surgimento da Web 2.0 promove um verdadeiro *boom* no que diz respeito às atividades de *prosumer* em relação a uma série de novas práticas, tal como é enunciado por George Ritzer e Nathan Jurgenson (Ritzer & Jurgenson, 2010):

- na conceção de conhecimento partilhado, em que a informação é permanentemente editada, revista e comentada, como é o caso da *Wikipedia*;
- na criação e disponibilização de perfis pessoais, compostos por textos, fotos e vídeos, em redes sociais onde interagem com outros, como no caso do *Facebook* e *MySpace*;
- na conceção de personagens, comunidades e ambientes virtuais, como acontece no *Second Life*;

- na produção e divulgação de informação, bem como a sua discussão e enriquecimento, como acontece em *blogs* e no *twitter*;
- ao assumirem o papel de vendedores em plataformas como o *eBay* ou o *Etsy*;
- na interação, por exemplo, com os fornecedores de serviços de televisão tradicional, onde hoje, através da internet, os telespectadores podem contribuir para determinados programas, quer seja votando, dando a sua opinião, etc..;
- no desenvolvimento de software livre, como o *Linux* ou o *Mozilla Firefox*, onde os produtos são desenvolvidos pelos seus utilizadores;
- na aquisição de produtos *online*, em plataformas como a *Amazon*, onde contribuem igualmente com comentários e avaliação dos produtos adquiridos;
- na avaliação de serviços de restauração e comércio local, como acontece no *Yelp!*.

Estamos agora, portanto, longe da realidade que Toffler tinha previsto aquando da estabilização do termo *prosumer*. Reconhecem-se, neste momento, uma série de novas responsabilidades que se diluem entre o papel de produtor e de consumidor e cujo seu impacto não havia sido imaginado — e logo enquadrado — na definição que Toffler apresenta na obra “A Terceira Vaga”.

A verdade é que, embora o papel do consumidor viesse a ocupar espaços que antes eram assegurados pela produção, estávamos “apenas” num contexto onde todo o serviço continuava a ser assegurado por um produtor específico (profissional) que garantia um resultado previsto e controlado, apenas parcialmente desenvolvido pelos consumidores (amadores).

Charles Leadbeater corrobora esta conclusão quando, em 2004, introduz a noção dos modelos de produção “*Pro-Am*” (Leadbeater & Miller, 2004), como exemplos de iniciativas onde as suas diretrizes se centram na obtenção de resultados, nas quais o esforço conjunto dos produtores e dos consumidores se congregam no desenvolvimento de novos e aperfeiçoados produtos comerciais. Leadbeater estende assim a visão de Toffler, ao reconhecer que na sociedade atual os consumidores deixaram de ser indivíduos passivos, que consomem bens indiscriminadamente, para se assumirem como parte interessada nos processos de aquisição de artefactos e serviços.

Para este autor, na transição do século XX para o século XXI, assistimos ao esbater das fronteiras entre a noção de amador e profissional, fronteiras essas que haviam assumido o seu expoente máximo

durante o século XX. Contudo, diz-nos Leadbeater, é precisamente a estabilização profissional que se verificou — garantindo rendimentos estáveis e tempo livre controlado — que permitiu o surgimento de uma nova tipologia de amador: o *"Pro-Am"*, constituída por indivíduos cultos, educados, dedicados e conectados em rede através das novas tecnologias. Ao contrário do que acontecia no século XX, que se caracterizou pela estruturação de grandes organizações hierárquicas com os profissionais no topo, estes novos *"Pro-Am's"* trazem consigo a criação de novos modelos baseados em estruturas partilhadas, inovadoras, adaptáveis e de baixo custo (Leadbeater & Miller, 2004, p. 12).

Sendo a emergência desta tipologia de consumidor uma tendência que tem vindo a compreender cada vez mais faixas da sociedade, Leadbeater considera que estes virão a ter uma influência cada vez maior no nosso dia-a-dia, quer seja ao nível político, social ou económico. Embora a sua atividade enquanto amador aconteça, maioritariamente, pela relação apaixonada com que a desenvolvem, os resultados que apresentam atingem, muitas vezes, padrões profissionais. Para o autor, os *"Pro-Am's"* são socialmente híbridos, pois desenvolvem atividades que não conseguimos categorizar nas tradicionais dicotomias trabalho/lazer, profissional/amador e consumo/produção (Leadbeater & Miller, 2004, p. 20).

É na tentativa de caracterizar estes indivíduos que Leadbeater avança com a definição das suas três principais características:

1. **Trabalham em tempo de lazer (*Working at leisure*).** A maioria das suas atividades desenvolvem-se fora do horário laboral, como por exemplo, à noite, fins de semana e nas férias. Assim, faria sentido classificar estas atividades como "não trabalho" e, portanto, lazer. Contudo, o que se verifica é que muitas destas atividades exigem esforço físico intenso — como treinos, ensaios, competições, etc... — que vão além do normal das atividades recreativas. O que verifica, no entanto, é que os *"Pro-Am's"* retiram destas práticas a satisfação pessoal suficiente que (aparentemente) compensa a recuperação física.
2. **Consomem para produzir (*Consumption as production*).** Os *"Pro-Am's"* despendem grande parte do seu rendimento financeiro no suporte a estas atividades, quer seja viajando, em equipamento ou participando em eventos. Muitas vezes investem, inclusive, para se tornarem produtores de serviços, como é o caso do teatro em que os próprios *"Pro-Am's"* são os financiadores das peças que levam a público. Isto acontece igualmente com os programadores que investem nos seus

computadores, e nos músicos e fotógrafos que procuram adquirir instrumentos e cameras cada vez mais sofisticadas para disponibilizarem os seus trabalhos de forma livre e gratuita.

3. **Amadores com *standards* profissionais (*Amateurs with professional standards*).** Embora os "*Pro-Am's*" não sejam profissionais, e eles próprios não se reconheçam como tal, o termo amador é igualmente enganador no que diz respeito às atividades que desenvolvem. Segundo Leadbeater, são eles que desejam ser avaliados por *standards* profissionais, pois o empenho e seriedade com que trabalham determina que o patamar de referência seja a realidade que reconhecem como profissional.

É desta forma que este autor propõe que a relação entre profissional e amador passe a ser analisada como um *continuum*, com diversos níveis intermédios (fig. 21), em detrimento de dois domínios distanciados (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23).

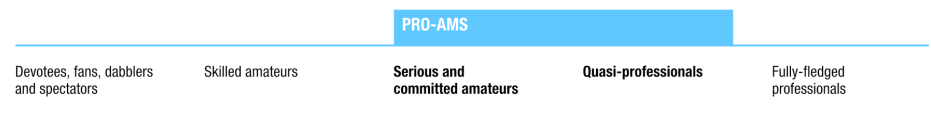


Fig. 21 – *Amateurs to professionals continuum* (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23)

É evidente que esta tipologia de iniciativa pessoal sempre existiu ao longo da nossa história, sendo facilmente reconhecível nas tradicionais atividades paralelas (*hobbies*) que a maioria da população desenvolve durante a vida. Contudo, o que Leadbeater defende é que o advento das *social technologies* permitiu o acesso a um nível de conhecimento e meios que tende a transformar o tradicional "*hobbyist*" num produtor de conteúdos de nível praticamente profissional. Este é um novo paradigma de grande significado social, pois tendo a população (tendencialmente) mais tempo e rendimento financeiro disponível, terá igualmente uma maior apetência a encontrar as atividades "*Pro-Am*" extralaborais que verdadeiramente a realizem. Quanto maior for a expressão desta realidade maior será também a abrangência e qualidade das atividades desenvolvidas.

Leadbeater reconhece que a figura do profissional conforme a conhecemos, nomeadamente nos sectores da saúde, defesa e educação, continuará a desempenhar um papel importante durante o século XXI. Contudo, garante-nos o autor, serão os "*Pro-Am's*" que liderarão a força emergente que

garantirá as novas correntes de conhecimento, novas tipologias de organização e novos modelos de autoridade (Leadbeater & Miller, 2004, p. 71).

Toffler e Leadbeater apresentam-nos duas visões enquadradoras das transformações ocorridas após o final do século XX, com a cada vez maior intervenção do consumidor nos métodos de produção de conteúdos e de como as *social technologies* têm desempenhado um papel fulcral nesse processo. Axel Bruns, contudo, considera que ambos os modelos se apresentam de alguma forma limitados, uma vez que nos continuam a remeter para a ideia de cadeia de produção tradicional: produtor > distribuidor > consumidor (Bruns, 2006, p. 2). No entender deste autor, o que se observa nesta realidade encontra-se já no âmbito dos modelos económicos informais ou pós-industriais, especialmente quando estamos a lidar com conteúdos intangíveis como é o caso da informação.

Como nos diz Bruns, estamos perante a realidade anunciada por Marshall McLuhan quando nos afirmava: "*everyone's a publisher*", ou mesmo algo mais profundo como quando a *Wikipedia* orgulhosamente anuncia: "*anyone can edit*" (Bruns, 2005). Esta é uma conjuntura que vai muito além do que Alvin Toffler antecipou, pois, o simples surgimento de consumidores informados, com um nível de conhecimento quase profissional, mantinha-os, ainda assim, no papel de consumidores. Segundo Bruns, o que se regista com a propagação das *social technologies* é a chegada de indivíduos que são produtores ativos de conteúdos e que os disseminam por uma variedade de ambientes abertos e colaborativos. Quer se tratem de membros de comunidades de desenvolvimento de *software* livre, autores, editores, repórteres, comentadores, especialistas em publicações abertas *online*, exploradores ou anotadores do *Google Earth*, eles já não são produtores nem consumidores, editores ou leitores, mas ambos simultaneamente. Ou seja, não são *prosumers* mas antes *producers* (Bruns, 2005).

Bruns, considera que estes desenvolvem práticas de produção de conteúdos não tradicionais, que o autor denomina de *produsage*, estimuladas pela construção e ampliação de conhecimento que, de forma colaborativa, se encontra em aperfeiçoamento constante.

Para este autor, estas condutas apresentam cinco características principais (Bruns, 2006, pp. 3-4):

1. **Os conteúdos são produzidos pelos utilizadores (User-led Content Production)** – Bruns considera que o principal objetivo da realidade imposta pela *produsage* é transformar os utilizadores em produtores, convertendo-os em utilizadores *producers* normalmente responsáveis pelo desenvolvimento de novos conteúdos e ideias. Muitas vezes são as próprias plataformas que se configuram como instrumentos otimizados para a produção de

conteúdos, indicando as ferramentas mais adequadas ou oferecendo pistas, instruções ou metodologias para que a *produsage* efetivamente se verifique. Quer sejam instigados pelos operadores das plataformas ou apenas por motivação pessoal, estes são utilizadores que criam conhecimento.

2. **O envolvimento é de base colaborativa (*Collaborative Engagement*)** – Estamos perante uma conjuntura onde se verifica frequentemente a tendência para a produção de conteúdos de forma colaborativa em detrimento do individual. Aliás, segundo Bruns, para se ser considerado um *produser* é necessário ser igualmente um utilizador dos conteúdos produzidos por outros. Efetivamente, é este uso partilhado que está intimamente associado à identificação de oportunidade de extensão e melhoramento dos conteúdos previamente existentes. As ferramentas e estruturas disponibilizadas pelas *social technologies*, como é o caso dos *blogs* e das suas caixas de comentários, são precisamente pensadas para promover a colaboração entre *producers*.

3. **O desenvolvimento é cumulativo, iterativo e evolucionário (*Palimpsestic, Iterative, Evolutionary Development*)** – É igualmente a iteração com os conteúdos existentes que, segundo Bruns, fornece a motivação para a constante melhoria sobre os mesmos. O autor refere-nos que este desenvolvimento evolucionário pode conduzir a novas iterações com as versões existentes, ao “*remix*” do conteúdo e, naturalmente, ao desenvolvimento subsequente de subprodutos do mesmo conteúdo. Muitas plataformas permitem, simultaneamente, o acesso ao seu próprio arquivo, permitindo assim que os utilizadores acompanhem a evolução do conteúdo ao longo das suas anteriores revisões. Esta é uma funcionalidade que permite desconstruir o processo cumulativo da construção da informação, funcionando assim como um palimpsesto — um documento formado por múltiplas camadas e repetidamente reescrito.

4. **Apresenta abordagens alternativas no que diz respeito à propriedade intelectual (*Alternative Approaches to Intellectual Property*)** – Tal como seria expectável, este processo contínuo, subsequente a esta relação iterativa com

os conteúdos, requer novas abordagens no que diz respeito ao reconhecimento e aplicação dos seus direitos de propriedade intelectual. Bruns explica-nos que os modelos vigentes, e a sua intransigente aplicação, tenderão a oprimir a atividade dos *producers* desenvolverem os seus novos conteúdos a partir dos já existentes. Contudo, o mesmo autor defende que a libertação completa destes direitos no domínio público será igualmente contraproducente, pois obrigará os *producers* a abdicar dos seus direitos legais e morais, e de serem reconhecidos e valorizados como os criadores de propriedade intelectual. Sendo esta uma das suas principais motivações, Bruns sublinha a importância de se encontrarem novos modelos que permitam manter a creditação dos autores ao mesmo tempo que se mantêm abertos para contínua colaboração de novos autores.

- 5. As comunidades exibem estruturas heterárquicas e permeáveis (Heterarchical, Permeable Community Structures)** – Segundo Bruns, as plataformas que promovem práticas de *produsage* desenvolvem-se graças à sua capacidade de atrair o maior número de utilizadores, empenhados, experientes e que se identifiquem com a ideologia global do projeto. Contudo, a existência de pré-estruturas que assegurem o serviço requer que o processo de controlo seja o mais transparente possível, pois caso contrário, perderá a sua capacidade de atrair novos *producers*. Tal como nos explica Bruns, se eventualmente estas estruturas evidenciarem qualquer tipo de controlo por grupos fechados, os *producer* sentir-se-ão alienados desse processo e tenderão a afastar-se. Esta conjuntura exige um balanço entre abertura e a estrutura que, segundo ele, se tem observado em muitas das plataformas existentes nas *social technologies*. Este é o caso, por exemplo, de alguns projetos da *Wikimedia Foundation*⁴¹, onde os administradores de grupos são selecionados através do voto dos membros da comunidade, ou de alguns outros projetos "*open source*", que são liderados por "ditadores benevolentes" — elementos que emergiram da comunidade e que mantêm poderes limitados que, em caso de

⁴¹ Ver: <http://wikimediafoundation.org>

discordância, podem ser reenquadrados noutros projetos. Estes são exemplos de modelos que podem ser descritos como heterárquicos, ou seja, não mostram traços de organização puramente hierárquicos nem funcionam como uma simples anarquia sem liderança.

É evidente, como sublinha Bruns, que esta inversão de paradigma — de modelos de produção industrial para os modelos *produsage* — se encontra ainda num estado muito primitivo. Contudo, o significativo sucesso inicial que apresenta em diversos sectores, como a produção de *software* (através do *open source*), na gestão do conhecimento (como acontece na *wikipedia*) e nos serviços noticiosos (através dos *blogs* e sites de informação aberta) é um forte indicador do potencial de mudança que esta abordagem encerra (Bruns, 2006, p. 9).

A sua natureza participativa, que rapidamente atraiu um número impressionante de utilizadores, permite que muitas das iniciativas de *produsage* sejam, já hoje, autossustentáveis. Será expectável, só por si, que este sucesso encoraje a adoção destes modelos em novos territórios. Para Bruns, o que determinará o eventual balanço entre o modelo produtivo tradicional e o *produsage* não será a expectável resistência que alguns sectores têm vindo a desenvolver contra esta nova abordagem mas antes as questões relacionadas com os seus próprios problemas internos, especialmente no que diz respeito à sua sustentabilidade operacional, às questões da propriedade intelectual e ao controlo de qualidade (Bruns, 2006, p. 10)

IV.4 – **A construção social de herança cultural nas *social technologies***

A disseminação da cultura participativa, que abordamos anteriormente, tem igualmente trazido grandes transformações na forma como socialmente vamos construindo a nossa herança cultural. Tal como vimos nos casos abordados no capítulo 3, estas ferramentas e práticas que hoje se instituem promovem diferenciadas tipologias de relação entre indivíduos/comunidades e o seu património, originando profundas alterações na forma como são gerados os novos significados e valores comuns.

Encontramo-nos assim perante novos desafios ao nível da compreensão e experiência do património, o que tem, gradualmente, trazido estes novos modelos de interação para o seio da discussão científica que vem sendo desenvolvida no âmbito académico.

Como vimos nos capítulos anteriores, o que consideramos hoje património cultural vai muito para além do conjunto de artefactos preservados no interior dos museus ou por edifícios classificados por entidades oficiais. Assistimos, cada vez mais, à crescente valorização da pertinência da partilha e da interação com os vestígios tangíveis e intangíveis, referentes ao nosso passado comum, enquanto forma de tornar a nossa memória social mais relevante e promotora do desenvolvimento da nossa identidade enquanto cidadãos (Giaccardi, 2012, p. 1). Esta é uma conjuntura oficialmente reconhecida, como acontece no caso da União Europeia através da Convenção de Faro, e que apresenta a singularidade de, pela primeira vez, não centrar a questão da construção da herança cultural no passado, mas antes de trazer para um primeiro plano a valorização das práticas patrimonializantes contemporâneas e de considerar a importância destas atividades na forma como nos moldam a nossa visão coletiva do futuro.

Este é um conceito fundamental na defesa de que o entendimento de património, e os seus valores associados, não estão exclusivamente indexados a pré-existências datadas da nossa história, mas, como nos indica Denis Byrne, é antes o resultado de interações repetidas e contínuas que ocorrem diariamente na vida de qualquer pessoa (Byrne, 2008).

Giaccardi entende que as *social technologies* e a expansão da cultura participativa tornaram os mecanismos pessoais de construção de memória ubíquos, passando a assumir um papel muito relevante no discurso e prática dos processos de patrimonialização. As alterações registadas na forma como capturamos as nossas experiências diárias, na natureza dos nossos artefactos e na forma como os partilhamos, são altamente potencializadas pela constante captura e partilha das novas vivências com terceiros, os quais têm a possibilidade de adicionar informação e ampliar esses registos através dos seus próprios pontos de vista.

Esta nova conjuntura revela, portanto, não só a importância de não se negligenciar o papel da cultura participativa na definição da nossa herança cultural, mas também a urgência de se procurar compreender como esta experiência é moldada por esta nova realidade, bem como as possibilidades e expectativas que originam. O esbater de fronteiras entre amador e profissional, consumidor e produtor, remete-nos igualmente para a questão da fronteira entre património oficial e não oficial, o que tem obrigado ao repensar das relações entre audiência e instituições que, tal como se tem vindo a verificar desde o início do século XXI, se têm tornado mais abertas à participação dos públicos e, em grande medida, têm procurado incluir esta dimensão afeta à patrimonialização da nossa existência quotidiana (Giaccardi, 2012, pp. 3-5).

Antropólogos como Rodney Harrison (2009), Graham Fairclough (2008) ou Denis Byrne (2008), defendem que o ato de patrimonialização é, na sua essência, uma forma de ação social. As *social technologies* criaram as infraestruturas de comunicação e interação que proporcionam o espaço de produção cultural e de valores comuns que podem ser vistos como uma nova geração de práticas de patrimonialização “vivas”. O conjunto de novas problemáticas que introduz obrigam a repensar de forma profunda práticas e métodos até agora estabelecidos neste âmbito, como são os casos da perda do controlo total da curadoria, a multivocalidade, a gestão de narrativas, o papel da memória e os limites da participação social nos seus discursos.

Ainda que avulsamente encontremos diversas reflexões sobre esta problemática, que surgem de campos de estudo que vão desde a antropologia às ciências da comunicação, é na obra *Heritage and Social Media* (Giaccardi, 2012), editada por Elisa Giaccardi, que nos deparamos com um dos primeiros esforços de reunir no mesmo livro um conjunto de contribuições transversal às várias implicações que esta matéria compreende. Giaccardi justifica a urgência e pertinência desta publicação referindo-nos precisamente as transformações que as *social technologies* ditaram, assumindo que:

“The impact on heritage discourse and practice is significant, as new digital technologies alter and transform the complex set of social practices that interweave memories, material traces and performative enactments to give meaning and significance in the present to the lived realities of our past” (Giaccardi, 2012, p. 1).

Nesta obra, a autora apresenta um conjunto de reflexões sobre potenciais linhas de investigação a aprofundar, centrando a sua proposta em casos de estudo que, na sua maioria, se encontram fora dos âmbitos institucionais tradicionais, ou seja, sublinhando a relevância das abordagens *bottom-up* que esta conjuntura promove. Nesse sentido, agrupa em três grandes conceitos as manifestações mais visíveis que esta temática tem assumido:

1. **Social Practice** — Neste grupo Giaccardi procura incluir as novas formas de compreender e experienciar o património que vão surgindo como resultado da promoção das práticas sociais relacionadas com a recolha, representação e comunicação consentidas e promovidas pelas *social Technologies*.
2. **Public Formation** — Segundo a autora, à medida que estas práticas ganham dimensão elas promovem e legitimam uma cultura participativa constituída por indivíduos que se juntam em função de interesses e afinidades comuns. Esta realidade contribui assim para a formação e desenvolvimento de novos

públicos em torno de iniciativas que se constituirão, elas próprias, de interesse histórico e cultural.

3. **Sense of Place** — Nesta terceira abordagem a autora insere a investigação sobre a forma como a evolução da computação, e a sua cada vez maior omnipresença, está a dar origem a novas formas de nos relacionarmos com os outros, a novas interpretações e a novos valores patrimoniais que se enquadram e revertem para configurações territoriais específicas. Estando o nosso sentimento de pertença altamente dependente da criação de espaços de comunicação e de interação, capazes de explorar e sustentar novas formas de envolvimento com a dimensão física e social do património, as *social technologies* poderão tornar-se um fator fundamental na sua constituição e fortalecimento.

Em conjunto, ao apresentar estas três perspetivas, Giaccardi pretende estabelecer um quadro crítico de reflexão sobre o impacto da cultura participativa, fomentada pelas *social technologies*, nas variadas formas de se experienciar e pensar os processos de patrimonialização. Ao introduzir os princípios transversais através dos quais esta realidade é teorizada e aplicada, Giaccardi dá um enorme contributo para a definição do espaço de debate crítico necessário para a aceitação desta realidade pelas estruturas institucionais tradicionais, que compõem o sector afeto à preservação do património e herança cultural (Giaccardi, 2012, p. 10).

IV.5 – Conclusão

Hoje, um qualquer cidadão com um *smartphone* ou computador nas suas mãos pode-se tornar num produtor e partilhar a sua liberdade criativa com praticamente todo o mundo (Chui et al., 2012). Nesse contexto, esta massiva distribuição de informação, que acontece de forma livre e instantânea, assume abertamente uma maior ou menor mediação entre produtores e consumidores, resultando em conteúdos que podem ser produzidos mais rapidamente, em maior quantidade e muito mais variados entre si.

A oportunidade de co-criação de conteúdos que as *social technologies* suportam, como acontece no caso da *Wikipedia* — quando vários autores contribuem para o mesmo artigo —, permite-nos verificar como as oportunidades que estas tecnologias nos oferecem possuem a capacidade de alterar, não só, muitos dos modelos económicos relacionados com a criação e distribuição de conteúdos, como aconteceu,

por exemplo, com a música, mas igualmente interferir na natureza dos próprios conteúdos, transformando-os em informação em permanente atualização em detrimento de “produtos acabados”, como os conhecíamos até há pouco. A afirmação desta cultura participativa tem tornado difusa a fronteira entre meros produtores e consumidores de serviços, abrindo espaço à emergência de novos atores que desempenham ambos os papéis, e que, alcançando elevados níveis de qualidade, colocam igualmente em causa a tradicional bipolarização entre amadores e profissionais.

Encontramo-nos assim numa realidade onde os públicos, até há pouco considerados meros “consumidores” de discursos oficiais gerados por entidades credenciadas, numa lógica de poder hierárquico vertical tradicional, adquirem a capacidade de se envolverem profundamente em complexos processos de geração de conhecimento, sendo que o fazem de forma informada, gradualmente credibilizada e comunitariamente reconhecida.

O possível paralelismo com as emergentes correntes que encontramos no âmbito dos estudos da memória, torna claro o papel charneira que as *social technologies* começam a assumir na transição do que é individual para o que se torna coletivo, ou seja, nos nossos processos de construção de memória e, em última instância, no que reverte para a nossa herança cultural futura.

Como vimos ainda no capítulo 2, a história, assumida como o quadro alargado de referências identitárias que emergem das memórias coletivas, encontra na atividade do design — enquanto agente que desenha “*artefactos, dispositivos e serviços de mediação cultural*” (Providência, 2012, p. 53) — o território de projeto onde a simbologia dos artefactos tem a sua génese. A história do design, na sua especificidade, dispõe assim no espaço das conceções identitárias que se projetam a partir dos objetos, e que permitem a manifestação de significados individualmente construídos que vão muito além dos inicialmente projetados, um território singular de investigação, propício à descodificação dos processos de desenho que estes encerram em si.

Hoje, este trabalho pode ser desenvolvido em estreita colaboração com os públicos para quem se desenha, quer seja como parceiros ativos nos processos contemporâneos de patrimonialização, quer como importantes fontes de conhecimento sobre a experiência acumulada que a sua vivência com o *domínio do artificial* lhes confere.

É assumindo que a nossa realidade nacional se insere no contexto descrito que a nossa investigação se propôs estudar as mais evidentes manifestações destas práticas no nosso país, nomeadamente sobre o papel que os públicos têm desempenhado nos processos de patrimonialização *bottom-up* que acontecem através das *social technologies*.

CAPÍTULO V

O CONTEXTO PORTUGUÊS COMO CASO DE ESTUDO

“However, a case remains to be made for the wider relevance of design history beyond design education. The vitality of design history would be well served through the building of bridges between the subject as it exists within higher education and the apparently boundless popular enthusiasm for related phenomena such as heritage, family history and domesticity. The relationship between designed goods and consumers could hardly be more extensive in capitalist society; design history can expand at least in part by harnessing popular interest” (Lees-Maffei & Huppatz, 2014, p. 52).

Encontramo-nos hoje num momento singular da nossa existência enquanto sociedades modernas. Como vimos anteriormente, há muito que é defendida uma maior inclusão das múltiplas e transversais visões dos variados atores sociais na construção do espólio comum que lhes está vinculado. A própria disciplina da história do design tem-nos mostrado que, no âmbito do seu campo de ação, a integração nos seus estudos dos hábitos de consumo e da mediação através dos artefactos tem sido de vital importância, contribuído, não só, para um melhor entendimento da extensão da atividade dos designers, mas também para a definição do que deverá ser, e abranger, a disciplina da história do design.

Desde o final do século XX que temos, igualmente, assistido à multiplicação de ferramentas de comunicação e participação que têm tornado os processos de participação cívica mais rápidos, mais abrangentes e, acima de tudo, mais significantes para quem participa. O abandonar do papel do utilizador passivo para um mais ativo, em que o consumidor de conteúdos passa igualmente a ser produtor, potencia em larga escala os desafios respeitantes à constituição do que conservamos enquanto sociedade e, portanto, em relação à nossa herança cultural.

Nesta, o design tem hoje, reconhecidamente, um papel fulcral ao assumirmos que não há atividade humana que não esteja embebida na cultura material, pois, tal como nos diz Victor Margolin *“(...) If we consider design to be the conception and planning of the artificial, then its scope and boundaries are intimately entwined with our understanding of the artificial’s*

limits. That is to say, in extending the domain within which we conceive and plan, we are extending the boundaries of design practice." (2002, p. 106).

Já em 1990 Margolin introduz o termo *product milieu*, com o objetivo de categorizar: *"the human-made material and immaterial objects, activities, and services; and complex systems or environments that constitute the domain of the artificial"* (2009, p. 96), procurando assim esclarecer o espectro sobre o qual o design intervém enquanto disciplina — onde planeia e concebe estes produtos (1995b, p. 122). Sublinhando que toda a ação humana ocorre neste contexto, este autor levanta assim a questão da importância do design no nosso dia-a-dia e, consequentemente, em muitos dos nossos processos sociais (2009, p. 96).

Se, tal como afirma Victor Papanek, todos os homens são designers (1995), Margolin diz-nos igualmente que ao assumirmos uma definição tão liberal e alargada do termo design precisamos, obrigatoriamente, de questionar as regras que hoje utilizamos para demarcar as diversas áreas disciplinares (1995b). Embora essa seja uma discussão que extravasa o âmbito da nossa investigação, é importante retermos que a prática da atividade de designer é algo inerente a cada indivíduo, independente da forma que cada um adote⁴². Encontramo-nos portanto numa sociedade habitada por imensos "não profissionais" do design, sendo exatamente este o termo que Margolin usa — em detrimento de "amadores" — para definir uma categoria de práticas que difere das desenvolvidas pelos profissionais, mas que, no entanto, não são menos importantes que estas (1995b).

A conjuntura proporcionada pelas *social technologies* tem-se constituído como um importante e fiel depositário das manifestações que emergem desta realidade. Hoje, o acesso à informação, a possibilidade de publicação e de debate de opinião acontecem de forma mais alargada, acessível e direta entre o que é a mediação dos utilizadores com os artefactos e o relato das experiências que daí advêm.

É neste sentido que podemos considerar que, também em Portugal, estamos a assistir a uma patrimonialização intensa da produção industrial portuguesa por parte de indivíduos que recorrem a plataformas digitais para a partilha, recolha e discussão sobre a informação dispersa e transversal que constitui a história da disciplina do design no nosso país. Ao fazerem-no, estes autores atuam também como agentes "não profissionais" do design que transformam o registo da existência de artefactos físicos, de uso pessoal ou coletivo, em objetos culturais

⁴² Margolin considera que existem quatro formas ativas dos seres humanos se relacionarem com o design: 1) projetando produtos para outros; 2) projetando produtos para si mesmo; 3) usando produtos projetados por outros; 4) usando produtos projetados por eles próprios. (Margolin, 1995b)

potenciados com os discursos dos seus utilizadores diretos e, na maioria dos casos, com a discussão aberta à comunidade que frequentemente se constitui em torno das suas publicações.

A pesquisa que levámos a cabo parte assim do universo de estudo formado pelas diversas iniciativas que têm estabelecido a produção de conteúdos — relativos aos artefactos de produção nacional — nas *social technologies* em Portugal, assumindo que o seu contributo se poderá integrar como uma importante valência na constituição de uma história do design português mais fértil e significativa. Para tal, foi empreendido um levantamento exaustivo das iniciativas que compõem esta realidade no nosso país, catalogando-as, categorizando-as e, numa primeira fase, procedendo à análise global do seu espaço e estabelecendo relações entre as suas propriedades gerais, e, numa fase posterior, desenvolvendo um estudo detalhado dos conteúdos por si gerados. Procurando fundamentar a relevância destes contributos para a disciplina do design em Portugal, não poderíamos deixar de desenvolver uma investigação análoga a algumas das atividades desenvolvidas por historiadores do design português. A eleição de um referente exemplar do que tem constituído essa produção, permitiu-nos igualmente, numa última fase, estabelecer relações comparativas entre estas duas realidades.

Partiu-se assim do pressuposto genérico de que um debate mais participado resultará na produção de conhecimento mais rico, diversificado e significativo, acreditando que a adição da visão que emerge dos públicos, nomeadamente numa perspetiva histórica, permitirá uma melhor compreensão do próprio fenómeno do design.

V.1 – Instrumentos metodológicos

A componente projectual desenvolvida, e adiante apresentada, tem por base uma investigação empírica de natureza qualitativa, embora inclua também algumas ferramentas de cariz quantitativo.

Neste sentido, assumimos como principal suporte do trabalho a metodologia *Grounded Theory* (Glaser & Strauss, 1967), conciliada com outros métodos específicos, como a “Amostra Não Aleatória Criterial” (C. P. Coutinho, 2014, p. 326), “Análise Matricial” (*Matrix Analysis*) (Miles & Huberman, 1994, p. 10) e “Entrevista” (C. P. Coutinho, 2014, p. 290), entre outros. Toda a investigação foi fundamentada num entendimento construtivista da realidade estudada, assumindo que, tal como refere Ernst von Glaserfeld, os indivíduos geram sempre novas realidades no processo da sua (re)construção (2005) e aceitando que o estudo da realidade subjetiva de outros é um processo limitado que apenas pode ocorrer através da comunicação (Rusch, 2007).

Assume-se igualmente que, enquanto investigadores, somos seres não objetivos e, evidentemente, a nossa interpretação influencia os nossos resultados. É nesta condição que orientámos a nossa pesquisa pelos princípios da *constructivist grounded theory* (Mills et al., 2006) enquanto um método estruturado composto por processos muito iterativos, que permitem, em simultâneo, a recolha de dados e a sua análise, e se baseiam na constante comparação entre as amostras já codificadas e as novas recolhidas de realidades construídas por indivíduos autónomos (Charmaz, 2006).

V.1.1 - Constructivist Grounded theory

"(Grounded Theory) foster seeing your data in fresh ways and exploring your ideas about the data through early analytic writing. By adopting grounded theory methods you can direct, manage, and streamline your data collection and, moreover, construct an original analysis of your data" (Charmaz, 2006, p. 2).

A metodologia de *Grounded theory*, traduzida para português por Clara Pereira Coutinho como "Teoria Fundamentada" (2014, p. 302), é introduzida na década de 60 do século XX pelos sociólogos Barney G. Glaser e Anselm L. Strauss, estabelecendo as suas principais bases no seu livro *"The Discovery of Grounded Theory"*, publicado em 1967. Esta obra seria o resultado mais visível do trabalho que desenvolveram em colaboração e que pretendeu estudar, em diversos hospitais americanos, a gestão da informação sobre o estado clínico de doentes terminais nos seus últimos dias de vida enquanto internados. Partindo de longas conversas com os diversos intervenientes, e através da troca de notas de observação no local, Glaser e Strauss desenvolveram uma série de análises teóricas sobre a gestão da informação que era transmitida aos pacientes e como isso influenciava toda a organização social inerente (Charmaz, 2006, p. 4). Partindo destes dados, reveladores do como e quando os doentes tomavam conhecimento de novas informações sobre o seu estado, e como lidavam com isso, foram desenvolvendo estratégias para a construção das bases de uma metodologia sistémica que hoje os cientistas sociais conseguem adotar nos mais variados campos de estudo. As estratégias e as teorias que daí emergiram apresentaram, à altura, a grande mais valia de se desenvolverem a partir de dados reais em vez de se basearem na dedução de hipóteses testáveis a partir das teorias existentes (Charmaz, 2006, p. 4).

Para Clara Pereira Coutinho, a *Grounded Theory* apresenta as seguintes características:

- Procura determinar qual o significado simbólico dos factos para os intervenientes no fenómeno em estudo;
- Busca desenvolver teoria a partir dos dados sistematicamente recolhidos e analisados;
- É uma metodologia de descoberta indutiva que permite ao investigador desenvolver a sua perspetiva teórica acerca de um dado assunto, ao mesmo tempo que a vai fundamentando na observação empírica dos dados que recolhe;
- Permite ao investigador iniciar a sua tarefa sem ideias preconcebidas acerca de qual será o seu problema de investigação, partindo do princípio de que a teoria vai nascer, ser testada, e refinada ao longo da investigação, ou seja, o objetivo é desenvolver teoria num processo iterativo de análise de dados/análise teórica, em que dos dados nascem padrões, esses padrões são testados com nova recolha de dados, emergindo a teoria a partir dos dados (C. P. Coutinho, 2014, p. 302).

Desde a sua introdução a metodologia *Grounded Theory* tem-se tornado cada vez mais uma escolha popular entre os investigadores das ciências sociais. Embora tenha começado como uma metodologia própria das ciências da saúde, onde até 2006 já contava com mais de 3650 artigos científicos publicados em revistas de referência (Mills et al., 2006, p. 25), a verdade é que desde então tem-se expandido a outros campos, entre os quais o design⁴³.

Esta sua evolução não tem sido, contudo, totalmente pacífica. Praticamente desde o início os seus fundadores Glaser e Strauss têm divergido em relação ao que deveria ser o seu desenvolvimento e têm inclusive assumido posições distintas, geradoras de grande discussão nos meios académicos (Mills et al., 2006). Glasser, defendendo a epistemologia positivista presente na fundação da metodologia, assume que os resultados são obtidos através do método de descoberta e, portanto, independentes do investigador (Fernandes & Maia, 2001, p. 53). Strauss, por sua vez, e agora em colaboração com Juliet Corbin, tem-se afastado desse paradigma, assumindo uma versão mais próxima do paradigma construtivista onde, como o próprio afirma "*teorizar é um ato de construção*" (Strauss in Fernandes & Maia, 2001, p. 53).

⁴³ Ver, como exemplo: Saikaly, F. (2004). *Doctoral Research in Design Towards the Designerly Way* e Gonzaga, S. (2012). *From a Design Museum Towards a European Cultural Place: The Design Milieu*.

Segundo Jane Mills, as variações da metodologia que emergiram desde a publicação do livro "*The Discovery of Grounded Theory*" surgem numa lógica de "espiral metodológica" que se reflete a partir das suas bases epistemológicas. Para esta autora, os caminhos que se optam por desenvolver a partir da metodologia estão sempre dependentes da clarificação da natureza da relação entre o investigador e os participantes, e na definição explícita do campo de conhecimento a estudar (Mills et al., 2006, p. 26). É neste contexto que Mills posiciona a versão construtivista da metodologia (*Constructivist Grounded Theory*): "*at the latter end of this methodological spiral, actively repositioning the researcher as the author of a reconstruction of experience and meaning*" (Mills et al., 2006, p. 26).

Tal como esta autora nos refere, por forma a garantirmos uma investigação sólida, devemos optar por escolher o paradigma de investigação que vá ao encontro das nossas próprias convicções face à natureza da realidade. Ainda que este não seja um processo simples e rápido, todos nós somos influenciados pela nossa história e contexto cultural, que nos forma a nossa visão do mundo e os nossos significados de verdade. É nesse sentido que o paradigma construtivista rejeita a existência de uma realidade objetiva, assumindo por sua vez que as realidades são construções sociais da nossa mente e que, assim, existem tantas construções quanto indivíduos (Mills et al., 2006, p. 26).

A pesquisa que agora se apresenta pretende conhecer uma realidade construída por indivíduos que autonomamente produzem contributos, mais ou menos profundos, sobre uma determinada disciplina. Assume-se assim o paradigma construtivista, entendido como o meio de conhecer o mundo a partir do ponto de vista daqueles que nele vivem, e com o intuito de se conseguir alcançar leituras mais complexas, ricas e profundas da sua realidade.

V.1.2 - Estrutura da investigação

Segundo Kathy Charmaz, embora na realidade a investigação baseada na metodologia *Grounded Theory* nunca seja um processo linear, podemos definir cinco fases distintas que, por norma, ocorrem aquando da sua aplicação:

1. *Gathering Rich Data* – Fase de recolha de dados, onde se tomam as decisões relativas à definição das metodologias para a aquisição de dados;
2. *Coding in Grounded Theory Practice* – Fase de codificação, onde se cataloga a informação recolhida em função do que ela nos indica. Poderá ocorrer de duas formas distintas, mas complementares: 1) codificação inicial linha-a-linha (*initial*

- line-by-line coding*), onde se analisam os dados em maior detalhe e se começam a conceptualizar as primeiras ideias; 2) codificação focada (*focused coding*) que permite separar, selecionar e sintetizar grandes blocos de dados;
3. *Memo-writing* – Fase de interpretação dos dados, que ocorre durante praticamente toda a investigação, e onde os investigadores organizam a codificação gerada, a analisam e produzem textos curtos que pretendem dar significação aos dados. É o vínculo metodológico, ou o processo de destilação, no qual o investigador transforma dados em teoria;
 4. *Theoretical Sampling, Saturation, and Sorting* – Fase de amostragem teórica, saturação e seleção, onde se estabelece a amostra teórica final recorrendo a novos dados, mais seletivos, de forma a refinar e sustentar as principais categorias estabelecidas
 5. *Constructing Theory* – Fase de construção de teoria onde o investigador fundamenta as suas conclusões nos dados recolhidos e analisados teorizando sobre os seus indícios (Charmaz, 2006).

Partindo do estudo de um contexto de produção de conteúdos socialmente gerados, o desenvolvimento da nossa investigação encontrou assim, naturalmente, fases análogas às identificadas por Kathy Charmaz. No nosso caso específico, assumindo o objetivo de analisarmos esta realidade em paralelo com os modelos institucionais de produção de conhecimento, foi necessário recorrermos a um conjunto de técnicas de investigação adicionais que nos permitiram, posteriormente, estender a fase de análise qualitativa de conteúdos a um segundo universo distinto que viria a ser alvo de análise comparativa.

Dessa forma, a estrutura geral da investigação caracterizou-se por cinco fases distintas, mas complementares, que, de forma sequencial, nos foram permitindo avançar no trabalho através da sucessiva delimitação, análise e compreensão dos dados. É neste sentido que, logo após a primeira fase — de revisão da literatura e correspondente aos capítulos dois, três e quatro do presente documento —, encontramos uma segunda etapa subordinada à pesquisa centrada na realidade dos conteúdos socialmente gerados, evoluindo da sua caracterização geral para a definição das publicações a estudar e para o seu subsequente tratamento de análise qualitativa dos seus conteúdos. Posteriormente, na denominada fase três, deparamo-nos com uma pesquisa focada no universo dos dados provenientes da realidade da produção científica na área da história do

design em Portugal, iniciando-se na seleção dos conteúdos a tratar, evoluindo para um processo de codificação de dados condicionados, para a análise e interpretação dos mesmos e, por último, para uma fase comparativa das duas realidades observadas.

Após esta etapa desenvolveu-se a fase quatro, de seleção dos casos de referência, relativos ao universo dos conteúdos socialmente gerados, onde se apresenta o processo de eleição das iniciativas mais representativas da amostra e o resultado das entrevistas realizadas. Por último, encontramos a fase cinco dedicada à compilação das deduções avançadas ao longo da investigação e à proposta de eventuais desenvolvimentos futuros.

A estrutura aqui resumida de forma sintética encontra-se detalhada no quadro que aqui se apresenta:

ESTRUTURA DA INVESTIGAÇÃO			
FASE 1 Revisão da literatura	Ação: Fundamentação da hipótese geral Objetivo: Circunscrever o problema de investigação de forma específica Resultados: Contextualização da temática da investigação		
FASE 2 Os discursos informais Constructivist Grounded Theory	2.1 . Gathering Rich Data	2.1.1 . Amostra não probabilística criterial (Coutinho, 2014, p. 91) Ação: Seleção de plataformas de social media que se enquadrem na hipótese geral Objetivo: Definir o universo a estudar Resultados: Conjunto de casos que formam o Universo de estudo	
		2.1.2 . Investigação por questionário (M. M. Hill & Hill, 2000). Ação: Definição e caracterização da amostra Objetivo: Reunir informação detalhada sobre cada caso que constitui a amostra Resultados: Aprofundamento da informação contida na base nomeadamente no que diz respeito às motivações e expectativas dos autores das iniciativas identificadas	
	2.2 . Theoretical Sampling, Saturation, and Sorting	2.2.1 . Amostragem por variação máxima (Coutinho, 2014, p. 91) Ação: Isolamento dos casos mais representativos da amostra Objetivo: Definir o universo a estudar Resultados: Conjunto de casos que formam a amostra por saturação teórica	
		2.3.1 . Redução de dados e codificação (Coutinho, 2014, p. 192) Ação: Codificação dos dados recolhidos Objetivo: Codificar o léxico usado pelos públicos na caracterização do património do Design Português Resultados: Agregado de códigos afetos aos discursos	
	2.3 . Coding in Grounded Theory Practice		

	<p>2.4 . Memo-writing</p>	<p>2.4.1 . Categorização e análise comparativa (Coutinho, 2014, p. 193)</p> <p>Ação: Análise da codificação desenvolvida</p> <p>Objetivo: Tornar a pesquisa inteligível e detectar as categorias com carência de dados ou com dados em excesso</p> <p>Resultados: Registo intermédio da pesquisa desenvolvida contendo as indicações iniciais dos dados</p>
	<p>2.5 . Constructing Theory</p>	<p>Constructing Theory</p> <p>Ação: Caracterização dos discursos informais originários das <i>social technologies</i> em Portugal</p> <p>Objetivo: Identificar as principais características dos conteúdos gerados e disseminados pelo públicos do design português.</p> <p>Resultados: Sistema de classificação dos conteúdos disponibilizados</p>
<p>FASE 3</p> <p>Os discursos formais</p> <p>Análise de Conteúdo</p>	<p>3.1 . Gathering Rich Data</p>	<p>3.1.1 . Estudos Bibliométricos (adaptação) e Amostra não probabilística criterial (Coutinho, 2014, p. 56 e p. 91)</p> <p>Ação: Ampliação do campo de estudo, definição e caracterização da nova amostra</p> <p>Objetivo: Selecionar nova amostra e re-definir universo de estudo</p> <p>Resultados: Definição de amostra representativa da realidade da produção científica na área da História do Design Português.</p>
	<p>3.2 . Codificação</p>	<p>3.2.1 . Redução de dados e codificação (condicionada)</p> <p>Ação: Codificação dos novos dados a partir dos resultados da codificação previamente desenvolvida</p> <p>Objetivo: Codificar o léxico usado pelos especialistas na caracterização do património do Design Português</p> <p>Resultados: Redefinição dos códigos afetos aos discursos</p>
	<p>3.3. Memo-writing</p>	<p>3.3.1 . Categorização e análise comparativa</p> <p>Ação: Análise da codificação desenvolvida</p> <p>Objetivo: Tornar a pesquisa inteligível e estabelecer os indicadores comparativos entre as duas realidades</p> <p>Resultados: Registo intermédio da pesquisa desenvolvida contendo as indicações iniciais dos dados</p>
<p>Análise comparativa</p> <p>Fase 2 + Fase 3</p>	<p>Constructing Theory</p>	<p>Constructing Theory</p> <p>Ação: Comparação dos resultados das etapas de <i>memo-writing</i> desenvolvidas durante as fases 2 e 3</p> <p>Objetivo: Encontrar nos dados a fundamentação das conclusões</p> <p>Resultados: Análises comparativas dos resultados obtidos que nos conduzam a conclusões</p>
<p>FASE 4</p> <p>Casos de referência</p>	<p>Seleção de estudos de caso</p>	<p>Amostra não probabilística criterial (Coutinho, 2014, p. 91)</p> <p>Ação: Identificar as diferentes tipologias de autores</p> <p>Objetivo: Selecionar os estudos de caso mais representativos da amostra</p> <p>Resultados: Selecção dos autores a entrevistar</p>
	<p>Entrevistas</p>	<p>Inquérito aberto e/ou entrevista (Pardal & Correia, 1995)</p> <p>Ação: Entrevistar autores seleccionados</p> <p>Objetivo: Conhecer em profundidade os autores destes projectos, as suas motivações e expectativas</p> <p>Resultados: Conhecimento detalhado dos comportamentos dos autores dos projectos identificados</p>
<p>FASE 5</p> <p>Conclusões</p>	<p>Ação: Compilação das deduções avançadas ao longo da investigação.</p> <p>Resultados: Conclusões finais e propostas de desenvolvimentos futuros.</p>	

Fig. 22 - Estrutura da investigação de campo

V.2 - **O património do design português nas *social technologies* em Portugal / os discursos "informais"**

Investigar um fenómeno que ocorre no espaço da internet é ainda hoje um processo complexo e, em muitos momentos, singular face aos objetos de estudo trabalhados até hoje. Tal como referido no relatório "A Internet em Portugal – Sociedade em Rede" de 2014, produzido pela Obercom, este meio: *"enquanto agente aglomerador de informação, é a mais intensa experiência comunicacional que a sociedade humana já viveu"* (Cardoso, Mendonça, Lima, Paisana, & Neves, 2014, p. 4). O seu exponencial crescimento e a rapidez com que se enraizou nos nossos hábitos impôs às sociedades novos desafios para os quais, em muitos casos a velocidades distintas, estamos ainda a tentar encontrar as melhores práticas e soluções.

Como vimos anteriormente, foi o surgimento e implementação das denominadas *social technologies* que mais contribuiu para o ampliar do leque de instrumentos de comunicação disponíveis e, ao mesmo tempo, para trazer para o primeiro plano da produção de conteúdos os utilizadores da própria *World Wide Web*. Este processo, que em larga escala ainda decorre, tem apresentado a característica de que, da mesma forma que rapidamente nos tem disponibilizado novas ferramentas, igualmente tem ocasionado o rápido desinteresse e abandono de muitas delas em detrimento de outras, mais recentes, que vão ocupado e redefinindo o espaço e o modo como estes processos ocorrem. Desenvolver um estudo que se foque na produção de conteúdos a partir destes novos modelos de comunicação está, portanto, muito condicionado pela delimitação temporal a que este se refere.

Uma das nossas primeiras tarefas prendeu-se então com a necessidade de: 1) compreender o atual momento no que diz respeito ao uso destas ferramentas no nosso país, e; 2) selecionar e certificar os conteúdos que nos propúnhamos estudar. Assumindo previamente que, no que diz respeito à utilização da internet, Portugal figura entre os países com maiores índices de penetração desta tecnologia⁴⁴, desenvolveu-se uma pesquisa essencialmente bibliográfica, recorrendo aos relatórios estatísticos com maior reconhecimento por pares⁴⁵, que nos permitiu aprofundar o conhecimento sobre a nossa realidade no uso da internet.

⁴⁴ 57.2% em 2013 segundo a Obercom (Cardoso et al., 2014) e 64.9 % em 30 de Junho segundo a www.internetworldstats.com (Internet World Stats, 2014).

⁴⁵ Como é o caso dos relatórios da Obercom, "A Internet em Portugal – Sociedade em Rede" de 2008, 2010, 2012 e 2014.

Segundo o relatório de 2014 da Obercom, podemos verificar que a maioria dos seus utilizadores recorrem a este meio diariamente, correspondendo a 72,9% do total dos inquiridos, e que muito poucos o abandonaram por completo (apenas 6,5%). Destes factos podemos concluir que rapidamente o seu uso se tornou um hábito diário, fortemente enraizado, e que é uma experiência que os usuários reconhecem e valorizam.

Outro dos dados importantes a reter é que, embora o seu uso seja equilibrado no que diz respeito ao género do utilizador (51,0% de género masculino e 49,0% feminino), o mesmo não acontece no que diz respeito à idade, já que o uso diminui drasticamente nas faixas etárias mais elevadas. Empiricamente poderemos talvez afirmar que este facto estará relacionado com a exigência técnica na sua utilização e com a necessária permanente atualização de conhecimentos que a sua rápida evolução exige. Por outro lado, talvez por estas mesmas razões, os números invertem-se no que diz respeito à escolaridade dos utilizadores, visto que a utilização sobe drasticamente em paralelo com o aumento do grau de escolaridade (Cardoso et al., 2014, p. 8).

Consultando o relatório de 2010, percebemos ainda que 77,3% dos inquiridos considera que *"a utilização da internet contribui para uma melhoria da qualidade de vida"*, 79% refere que *"a internet é atualmente uma tecnologia indispensável ao adequado funcionamento da sociedade"* e 80,2% observam inclusive que *"o acesso à internet deveria ser um direito fundamental dos cidadãos"*. Outro indicador a reter diz-nos que, para os utilizadores de internet inquiridos, e numa escala de 0 a 5, a informação disponibilizada atinge um grau de confiança de 3,79, muito perto do valor obtido pela televisão, que obtém 3,91, e acima dos resultados conseguidos pela rádio, com 3,76, e pela imprensa, com 3,66. Relacionado também com a questão da confiança será igualmente relevante registar que 40,8% dos inquiridos já usava a internet, na altura, há mais de 5 anos e 29,2% usa este meio para procurar notícias diariamente, o que corresponde à atividade que mais usuários identificam como a mais recorrente.

Estes indicadores, só por si, demonstram-nos que existe nos utilizadores uma grande valorização deste meio de comunicação, quer no que diz respeito à sua importância para a sociedade, no geral, quer na segurança que os conteúdos acedidos exibem, o que sustenta o elevado índice de confiança constatado.

Associado à já referida alta taxa de implementação desta tecnologia, julgamos também seguro afirmar que a internet, ao ser muito utilizada pelas faixas etárias mais baixas e com taxas de abandono muito reduzidas, é um meio de comunicação que tende a manter a sua elevada, e rápida, taxa de implementação. Em simultâneo, sendo que o seu uso atual por

indivíduos de faixas etárias mais altas é essencialmente constituído por pessoas com habilitações literárias igualmente elevadas, podemos concluir que os conteúdos que possam ser gerados por estes sujeitos consistem igualmente em contributos sólidos para a informação que é gerada através destes meios.

V.2.1 - Delimitação do universo de estudo - *Gathering Rich Data*

É no contexto referido anteriormente que partimos para a definição da população afeta à realidade dos produtores de conteúdos nas *social technologies*, cujo seu foco se centrasse na produção de informação sobre artefactos de fabrico nacional, recorrendo, para tal, ao método de amostragem não aleatória criterial (C. P. Coutinho, 2014, p. 91). Na impossibilidade de, à partida, obtermos uma listagem exata de todos os membros desse universo, definimos um processo de pesquisa inicial que nos permitiu reunir o maior número de casos, assumindo assim esse grupo de resultados como a nossa população.

Para tal, valendo-nos de um conjunto de palavras-chaves subordinadas ao tema, foi efetuada uma pesquisa exaustiva através do motor de pesquisa *Google*⁴⁶, ocultando os resultados privados, a partir da qual foram identificados os potenciais casos a incluir. Contudo, desse conjunto validámos apenas as plataformas onde, até ao máximo das suas **últimas cem publicações**, se detetassem no **mínimo dez** onde se abordasse a temática da produção industrial portuguesa e, consequentemente, se enquadrassem no âmbito da história da cultura material portuguesa.

Desta primeira iteração resultou um conjunto de noventa e sete casos tendo, contudo, após a fase de questionário a que os autores destas plataformas vieram a ser sujeitos — e onde era solicitado que sugerissem novos casos que potencialmente pudessem integrar o estudo — este número tenha subido para cento e catorze casos (ver anexo 1).

Nesta primeira fase da pesquisa incluíram-se todas as tipologias de plataformas que, dentro do âmbito das *social technologies*, permitissem a criação e divulgação de conteúdos de natureza pessoal e de acesso público. Dentro deste agregado incorporámos *Blogs*, *Fóruns*, páginas de *Facebook*, páginas de *Flickr*, páginas de *Pinterest* e páginas de *Google+*.

⁴⁶ <http://www.google.pt>

Foram ainda efetuadas pesquisas noutras plataformas, contudo não foram identificados quaisquer casos passíveis de incluir neste universo.

Para cada um dos exemplos foi recolhido um conjunto de dados de caracterização geral que correspondiam aos seguintes itens:

1. **Nome – Nome com que identifica a plataforma:** embora muitos destes projetos sejam reconhecidos pelo seu *URL*, todos eles assumem um nome como identificação autónoma;
2. **Link – URL da morada da plataforma:** O *URL* provém da abreviatura de *Uniform Resource Locator* e corresponde ao endereço digital que permite aos utilizadores acederem aos conteúdos que estão alojados remotamente;
3. **Tipo – Tipologia da plataforma:** campo destinado à tipologia da plataforma no que diz respeito à sua estrutura e tecnologia associada. Tal como referido anteriormente, foram identificados casos de *Blogs*, *Fóruns*, páginas de *Facebook*, páginas de *Flickr*, páginas de *Pinterest* e páginas de *Google+*;
4. **Assinado, Pseudónimo, Anónimo – Explicitação da autoria:** em relação a cada caso foi verificado se a informação se encontrava assinada com o nome explícito do seu autor, se essa era rubricada com um pseudónimo ou ainda se era anónima;
5. **Nome do Autor – Nome do responsável pela plataforma:** embora nem sempre estas iniciativas surjam identificadas, sempre que tal acontecia foi registado o nome ou o pseudónimo dos indivíduos que surgiam como autores;
6. **Contacto de E-mail – Contacto direto do responsável da plataforma:** sendo um dos objetivos que, numa fase posterior, se encetasse contacto com os autores destas plataformas, foi, sempre que possível, recolhido o endereço eletrónico dos mesmos;
7. **Categoria – Categoria em que o tema se enquadra:** com o intuito de estruturar os dados que fomos recolhendo, procedeu-se a uma primeira categorização das plataformas no que diz respeito à sua relação direta com a disciplina do design. Nesse sentido, na nossa investigação, foram identificadas plataformas que se enquadram nas categorias: 1) generalista; 2) comunicação e 3) industrial. Na categoria Generalista incluímos todas as iniciativas que tratavam de temas transversais à disciplina e nas duas restantes os casos que se dedicavam a temáticas específicas dentro da disciplina;

8. **Subcategoria – Subcategoria em que o tema se enquadra:** neste item adicionámos as subseqüentes subcategorias que eram abordadas na plataforma;
9. **Observações:** Campo destinado ao registo de outros elementos importantes que não estivessem previstos nos itens iniciais.

O levantamento efetuado foi registado num documento *Excel* (ver anexo 2), o que nos permitiu compilar os primeiros dados genéricos sobre esta hipotética população e, conseqüentemente, algumas conclusões preliminares.

Em primeiro lugar, verificou-se que, dos 97 casos identificados inicialmente, 71 correspondiam a plataformas de *blog*, 12 a páginas de *Facebook* e 7 a *websites*, enquanto os restantes 7 se dividiam por páginas do *Flickr* (1), do *Google+* (1), do *Pinterest* (3) e a Fóruns (2) (ver fig.23).

TIPOLOGIA DE PLATAFORMAS

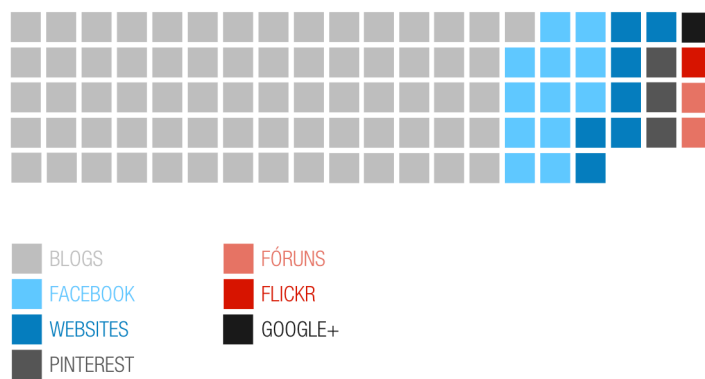


Fig. 23 - Tipologias de plataformas identificadas

Por outro lado, observou-se igualmente que na maioria destas iniciativas a autoria surgia identificada, em 64 ocasiões, contudo em apenas 39 o faziam em nome próprio sendo as restantes 25 assinadas com pseudónimos (fig. 24). Segundo estes dados rapidamente constatamos que o formato de *blog* é massivamente o mais implementado dentro desta realidade e que quanto à questão da autoria, embora com indicadores mais equilibrados, existe um elevado índice de iniciativas anónimas ou assinadas sob pseudónimo.

IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES

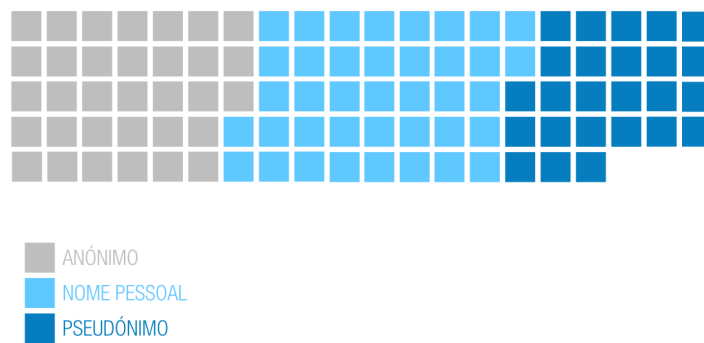


Fig. 24 - Identificação dos autores

Relativamente ao panorama referente à tipologia de artefacto que, por norma, é abordada nestas plataformas, verificou-se um surpreendente número de 30 casos dedicados ao design de veículos, surgindo o design gráfico na segunda posição, com 16 casos, e o design de cerâmica e vidro em terceiro, com 6 casos (fig. 25). Categorizaram-se ainda 20 casos como generalistas, ou seja, os temas abordados eram transversais à disciplina do design e não se focavam numa área específica.

TIPOLOGIA DE ARTEFACTOS

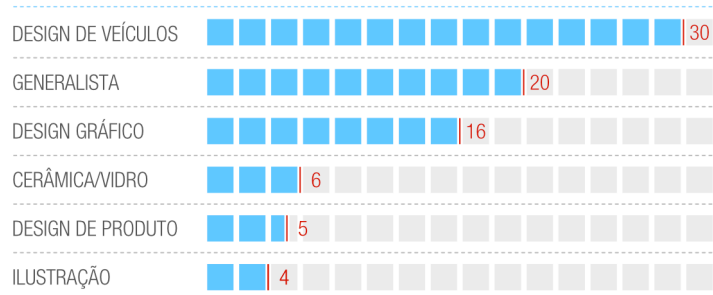


Fig. 25 - Tipologia de Artefactos

Embora estes dados genéricos se possam constituir como uma representação abstrata da nossa população, a definição de um universo de estudo coerente — onde a informação é produzida por diversos indivíduos com perfis muito distintos — obrigou-nos a dedicar especial atenção à questão da confiança associada à informação disponibilizada. Sendo este um requisito fundamental na nossa investigação, procedemos à definição de uma metodologia que nos permitisse garantir que a informação que

viríamos a analisar em detalhe procedesse de fontes em que o grau de segurança e robustez relativo aos conteúdos publicados fosse elevado.

V.2.1.1 – A questão da confiança na definição do universo de estudo

No seu artigo "*Web e credibilidade – O caso dos blogs*" (Serra, 2007), o investigador Paulo Serra faz uma síntese do que têm sido os vários contributos teóricos sobre a questão da confiança nos meios de comunicação digitais, dedicando-se, em especial, aos casos em que a informação é gerada *bottom-up*.

Começando por fazer uma revisão da literatura, Serra enumera as contribuições de: 1) Harry Mills, que considera como fatores determinantes da credibilidade da informação a **confiança** e a **competência**; 2) B. J. Fogg, que no seu estudo sobre a "tecnologia persuasiva", identifica, para além da competência, a **fiabilidade**; 3) Charles U. Larson, que junta às duas anteriores, o **dinamismo** e; 4) Robert H. Gass e John S. Seiter que incluem ainda, para além da competência e fiabilidade, a **boa-vontade** (Serra, 2007, p. 5).

Serra sublinha a importância do contributo específico de Robert H. Gass e John S. Seiter, quando assumem como fatores determinantes no processo de construção de credibilidade a **competência**, a **fiabilidade** e a **boa-vontade**, e os desdobra em polaridades sobre as quais podemos interpretar alguns indicadores. Por exemplo, no que se refere à **competência** de uma determinada informação, podemos classificar o seu autor como experiente/inexperiente, informado/não informado, treinado/não treinado, qualificado/não qualificado, hábil/inábil, inteligente/não inteligente, brilhante/estúpido. Quanto ao item da **fiabilidade** podemos igualmente organizá-lo como honesto/desonesto, espírito aberto/espírito fechado, justo/injusto, leal/desleal, altruísta/egoísta, moral/imoral, ético/não ético, genuíno/falso. Finalmente, quanto à **boa-vontade**, podemos assumir a mesma lógica usando os critérios: importa-se comigo/não se importa comigo, tem os meus interesses em conta/não tem os meus interesses em conta, não autocentrado/ autocentrado, preocupado comigo/não preocupado comigo, sensível/insensível, compreensivo/não compreensivo. (Gass & Seiter, 2003, 78-82 in Serra, 2007, p. 5).

É no mesmo sentido que vários estudos internacionais, citados pelo autor (Serra, 2007, p. 8), vêm indicando o conjunto de elementos fundamentais sob os quais dependem a fiabilidade, a competência e a boa-vontade na informação gerada pelas *social technologies*.

Para Paulo Serra, a fiabilidade mede-se em função dos seguintes elementos:

1. A existência de citações e referências;
2. Possibilidade de contacto com os autores, nomeadamente por e-mail;

3. Hiperligação a materiais de fontes externas.

No que diz respeito à competência devemos ter em conta os seguintes fatores:

1. Se a informação é original e/ou apresenta uma perspetiva original sobre a informação existente;
2. Capacidade de interpretação, contextualização e relação das informações sobre os "factos";
3. Fornecimento de informações relevantes, nomeadamente técnicas e especializadas;
4. Periodicidade de atualização da plataforma;
5. Tipo de linguagem que se utiliza, e, em especial, a capacidade argumentativa demonstrada.

Finalmente, no que respeita à boa-vontade, os elementos essenciais resumem-se a:

1. Possibilidade de comentários e a receptividade a esses comentários;
2. Um e outro indicativos da preocupação do autor com as opiniões do seu leitor/destinatário (Serra, 2007, pp. 8-9).

A confiança na informação surge, no entanto, também muito depende de factos externos à própria autoria do projeto. Serra indica-nos que à credibilidade intrínseca acumula-se a credibilidade extrínseca, ou seja, qualquer tipo de reconhecimento externo que acrescente valor à reputação presente à partida. Esta pode surgir, por um lado, sob a forma de "credibilidade reputada", ou seja, "*baseada em patrocínios, informações ou referências de terceiras partes*" como por exemplo, prémios ganhos, recomendação de pessoas de confiança ou pelas hiperligações que outras plataformas, consideradas de referência, remetem para si. Por outro lado, esta credibilidade extrínseca pode surgir sob a forma de "*credibilidade adquirida - baseada em experiência em primeira-mão que se prolonga no tempo*", considerando-se portanto que assenta na repetição e na memória do leitor/destinatário, que vê nesta fonte de informação uma credibilidade em constante crescendo atribuindo-lhe assim uma confiança cada vez mais elevada (Serra, 2007, p. 9).

Assumindo esta abordagem defendida por Paulo Serra determinámos nesta primeira fase da investigação um conjunto de critérios que nos permitiram definir um universo de estudo mais credível. Este foi um processo que fomos implementando nas diferentes fases da investigação, o que nos possibilitou uma constante revisão da confiança e credibilidade da

informação estudada e permitiu que os casos selecionados para as fases subsequentes da pesquisa apresentassem altos índices de credibilidade.

Assim, submetemos esta primeira seleção de noventa e sete casos à análise de dois critérios fundamentais:

1. **Longevidade da plataforma** – Como primeira característica a observar foi determinado que, para integrar o nosso universo de estudo, a plataforma deveria ter um intervalo de, pelo menos, dois anos entre a primeira e a última das suas publicações. Desta forma garantíamos que apenas incluiríamos projetos sobre os quais os seus autores haviam mantido um esforço regular de publicação e evitávamos os casos, muito presentes nas *social technologies*, onde estas iniciativas são abandonadas muito precocemente.
2. **Possibilidade de contacto com o autor** – Como referimos anteriormente, para a realização deste estudo seria fundamental receber *feedback* dos autores destes projetos. Dessa forma, e também como é referido por Paulo Serra como sendo um fator determinante na fiabilidade de uma plataforma, foi verificado se existia algum meio de comunicar com os seus autores seja, preferencialmente, por email, através de caixa de comentários ou outras formas.

Após a reapreciação da seleção inicial transitaram para a redefinição do nosso universo de estudo **oitenta casos**, distribuídos por setenta e um que apresentavam uma tipologia de *blog*, dois de fórum e sete de *Website*. Esta triagem foi posteriormente catalogada numa base de dados, recorrendo ao *software FileMaker Pro Advanced*⁴⁷, onde se procedeu a uma nova iteração de análise dos casos, mais formal e profunda, pesquisando e classificando algumas das suas características no sentido de, uma vez mais, elevar o nível de credibilidade da informação tratada⁴⁸.

Durante esta segunda fase de apreciação dos casos procurámos objetivamente analisar os aspetos relacionados com a forma e conteúdo individual, em detrimento da visão de conjunto que tínhamos vindo a tratar até este ponto. Nesse sentido, durante esta nova avaliação procurou-se identificar, a existência, ou não, das seguintes características formais:

1. **Estrutura da plataforma** – Independentemente da tipologia do caso era importante registarmos a forma como a

⁴⁷ <http://www.filemaker.com/pt/products/filemaker-pro>

⁴⁸ Ver ficha de catalogação no anexo 3

informação era apresentada ao público. Para tal recorreu-se a uma classificação formal baseada nas soluções mais recorrentes nos casos recolhidos:

- a. **A existência de um *Post Roll* na página de entrada –**
Por *post roll* entende-se a configuração de organização de publicações, típica dos *blogs* mas não exclusiva, em que as entradas surgem organizadas cronologicamente, da mais recente para a mais antiga. A sua presença na página de entrada indica-nos que o autor valoriza a novidade da informação em detrimento da qualidade, ou seja, por norma constitui-se como uma plataforma que destaca o registo recorrente de informação, em que a novidade é importante, em prejuízo de reflexões individuais mais elaboradas.
- b. **Página Sobre/About –** A existência de uma página em que o autor apresenta o seu projeto, e em alguns casos divulga a sua identidade, é um dos fatores a ter em conta na credibilidade da informação publicada. O registo deste item permitiu-nos aferir a intenção e integridade da plataforma em questão.
- c. **Outras páginas –** A presença de outras páginas para além da página de entrada e da página sobre/about, indica-nos a presença de uma lógica de organização da informação mais elaborada. Nesse sentido, conseguimos registar os casos em que os autores favorecem a valorização de toda a informação produzida e não apenas a mais recente.
- d. **Presença de *Widgets* -** Por *widgets* entendem-se todas as tipologias de extensões (*plug-ins*) que se podem instalar numa plataforma e, assim, reforçar os seus meios de divulgação e organização da informação. Neste caso específico, estamos a falar de extensões que permitem divulgar as publicações em redes sociais — como o *Facebook*, o *Twitter* ou outros —, que permitem aferir a regularidade das publicações de uma plataforma, que permitem valorizar especificamente determinadas publicações, entre outras.

- e. **Possibilidade de navegação por Categorias ou por tags** – A existência de um sistema que permita a navegação por categorias ou *tags* indica-nos, mais uma vez, a preocupação do autor em valorizar o conjunto de publicações como um todo, interconectado, e não apenas a divulgação de apontamentos avulsos.
- f. **Outros** – A inclusão do item “outros” previa a identificação dos casos que não se enquadrem nos restantes itens. No entanto, a simples presença de outros esforços que o autor empregue, para além das funções básicas da plataforma, permite-nos registar o seu empenho em valorizar os conteúdos que produz.

2. **Estrutura dos conteúdos** – Embora a análise de conteúdos se apresente como fulcral na nossa investigação, nesta fase foi unicamente efetuado um registo genérico do modelo padrão que cada plataforma apresentava. Dessa forma foram registadas as seguintes tipologias de conteúdos:

- a. **Posts Curtos** – Quando as publicações não ultrapassavam os 2000 caracteres.
- b. **Posts Longos** – Sempre que as publicações apresentavam mais de 2000 caracteres.
- c. **Fotografias** – Quando se recorre a fotografias, originais ou não, para ilustrar a publicação.
- d. **Outras Imagens** – No caso de verificar o uso de outro tipo de imagens, que não fotografias, originais ou não, para ilustrar a publicação.
- e. **Vídeos** – Quando se identificou o recurso a vídeos, originais ou não.
- f. **Som** – Nos casos em que o autor recorreu ao uso de clipes de áudio, originais ou não.
- g. **Links essenciais** – Sempre que se reconheceu a presença de uma curta lista (até ao máximo de 10) de links selecionados pelo autor.
- h. **Links Roll** – Quando se identificou a presença de uma longa lista de links selecionados pelo autor (no mínimo 11).
- i. **Outros** – Nos casos em que se reconheceram outras tipologias de conteúdos não mencionados nos itens anteriores.

3. **Especialização do Autor** – Procurou-se, igualmente nesta fase, fazer um rápido levantamento da relação do autor com a disciplina do design. Dessa forma, hierarquizam-se três grandes níveis distintos onde se procurou enquadrar o grau de especialização que estes apresentavam:
 - a. **Não identificada** – Sempre que não se conseguiu apurar a atividade profissional ou formação académica do autor.
 - b. **Baixa** – Quando os autores não apresentam qualquer tipo de relação, quer profissional quer académica, com a disciplina do design.
 - c. **Média** – Sempre que se verificou alguma afinidade com a disciplina, nomeadamente no caso de autores que possuíam alguma formação na área, embora não concluída, e não integravam o mercado como profissionais reconhecidos.
 - d. **Alta** – Quando os autores eram identificados como académicos, investigadores ou profissionais reconhecidos.
4. **Profundidade da análise** – No mesmo sentido que no ponto anterior, procurou-se igualmente estabelecer uma rápida classificação do nível de desenvolvimento com que as temáticas eram abordadas. Assim, definiu-se os seguintes níveis de profundidade:
 - a. **Superficial** – Quando as publicações abordavam uma determinada temática sem a desenvolver mais do que a fonte original (vulgarmente designados por *re-posts*);
 - b. **Média** – Nos casos em que a publicação recorreu ao máximo de três fontes sem acrescentar nova informação essencial;
 - c. **Elevada** – Sempre que a publicação recorre a diversas fontes e acrescenta nova informação sob a configuração de texto original.
5. **Domínio dos conteúdos** – Nesta fase foi ainda ajustada a classificação atribuída inicialmente quanto à subdisciplina do design sobre a qual os conteúdos versam. Esta análise mais profunda da informação gerada permitiu ter uma noção mais exata do foco da intervenção das publicações, o que obrigou, em alguns casos à “requalificação” da categoria assumida na 1ª fase.

Por fim, com o objetivo de transitarem para a próxima fase da investigação apenas os casos que apresentassem uma produção de conteúdos significativa, foi ainda aplicado um último critério que nos permitiu, novamente, reforçar a credibilidade dos casos estudados.

Desta forma, sobre o conjunto de casos inicialmente selecionados — onde apenas se confirmou a existência de dez publicações dedicadas à temática da produção de artefactos portugueses — foi levado a cabo uma nova iteração de análise, aumentando o número de publicações identificadas de dez para vinte cinco. Este conjunto compreendia agora as dez últimas publicações validadas inicialmente — correspondentes às dez que tinham justificado a sua inclusão no estudo — mais as cinco primeiras identificadas após a data de inauguração do projeto, cinco referentes ao período correspondente ao segundo quarto do número total de meses da sua existência e, as últimas cinco, ao terceiro quarto do mesmo período de tempo.

Após esta nova iteração de análise dos dados subsistiram sessenta plataformas, cinquenta e cinco das quais configuravam a tipologia de *blog*, uma de *fórum* e quatro de *website*. Este último evento permitiu-nos, por fim, fechar o denominado universo de estudo inicial, sobre o qual a nossa investigação avançou para a fase referente à sua caracterização detalhada através da promoção de um questionário generalista.

V.2.2 - Caracterização do universo de estudo – Desenvolvimento de questionário generalista

A metodologia que nos permitiu definir o universo garantiu-nos que todos os casos abrangidos apresentavam um índice de credibilidade sólido e harmonioso. A proposição de conhecermos em profundidade esta realidade exigiu-nos, nesta fase, a utilização de novas ferramentas que nos permitissem recolher informação mais detalhada sobre este objeto de estudo. O recurso ao inquérito por questionário permitiu-nos assim avançar na nossa investigação, convocando os próprios autores a contribuírem para a pesquisa através de uma cooperação feita na primeira pessoa. A opção por esta ferramenta está relacionada com o facto desta permitir uma rápida recolha de informação, poder ser aplicada a um elevado número de inquiridos em simultâneo, por ter um custo associado baixo e por permitir uma maior sistematização e facilidade na análise dos resultados obtidos (Ferreira & Carmo, 1998).

Objetivos

Tal como referido anteriormente, o principal objetivo do inquérito prende-se com a necessidade de aprofundar o nosso conhecimento sobre

as plataformas selecionadas, mais concretamente sobre os seus autores, a sua história, os seus propósitos e as suas ambições.

Nesse sentido, podemos afirmar que a análise dos dados recolhidos nos permitiu atingir os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar e caracterizar as ferramentas de comunicação preferidas e o seu uso;
2. Identificar e caracterizar o autor padrão desta tipologia de conteúdos bem como as suas motivações e expectativas;
3. Caracterizar os conteúdos publicados ao nível das temáticas abordadas, dos recursos empregues e fontes de informação;
4. Aferir o conhecimento dos autores no que diz respeito a ferramentas de criação de conteúdos partilhados e da sua disponibilidade para a sua adoção;
5. Alargar o universo de estudo previamente definido a partir da experiência empírica destes autores.

Amostra

Partindo de um universo não muito extenso, e que à partida é composto por casos em que todos eles têm a mesma probabilidade de serem incluídos na amostra, decidiu-se optar por uma amostragem casual baseada no método de amostragem aleatória simples (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 45). Sendo um método de amostragem casual, também conhecido por método probabilístico (C. P. Coutinho, 2014, p. 86), garantia-nos que, com confiança, poderíamos extrapolar os resultados obtidos a partir da amostra, pois seria possível demonstrar a representatividade da mesma e poderíamos, estatisticamente, estimar o grau de confiança das conclusões que desta se retiram e se aplicam ao universo (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 45).

No que diz respeito à seleção dos casos a constar na amostra não foi necessário recorrer a qualquer técnica específica, pois uso do *software online Typeform*⁴⁹ na construção e divulgação do inquérito e a prévia recolha da forma de contacto permitiu um acesso individual a todos os autores dos casos incluídos no nosso universo. O número de respostas obtidas permitiu-nos situar a nossa amostragem dentro dos parâmetros considerados ideais pelas várias abordagens para a definição do tamanho da amostra (C. P. Coutinho, 2014, p. 93) (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 53) (Oppenheim, 1992, p. 101) (Henn, Weinstein, & Foard, 2005, p. 133).

⁴⁹ <http://www.typeform.com>

Preparação e aplicação do questionário

Tendo em consideração os objetivos previamente definidos, foi construído um questionário com 30 perguntas, 27 fechadas e 3 abertas, reunidas em 5 grandes grupos de questões (anexo 4), atentando que, tal como referido por Rodolphe Ghiglione e Benjamin Matalon, as questões relacionadas entre si devem ser agrupadas por secções que permitam manter a linha de raciocínio dos inquiridos (Ghiglione & Matalon, 2001).

Assim, recorrendo ao *software online Typeform*, foram estabelecidas as seguintes secções:

1. **Identificação da plataforma:** Através deste primeiro grupo de questões pretendia-se confirmar alguns dos dados já recolhidos e, em simultâneo, aprofundar o conhecimento sobre as questões estruturais de cada caso em particular. Neste conjunto de questões surge, por exemplo, a solicitação para indicar o nome e o URL da plataforma, a sua tipologia (se é um *blog, microblog, wiki*, etc....) e os dados referentes à sua atividade (número de visitantes, regularidade de publicação, número médio de comentários, etc....);
2. **Identificação do(s) autor(es):** Na segunda secção do questionário surgiam as perguntas relacionadas com o próprio autor ou autores da informação publicada. Encontravam-se neste grupo questões mais diretas, como o nome, idade, profissão e habilitações literárias, bem como outras perguntas, menos imediatas, como a média de tempo que dedicam ao projeto e as motivações porque o fazem.
3. **Conteúdos:** Este grupo de questões propunha fazer o levantamento da tipologia de conteúdos publicados, nomeadamente no que diz respeito às temáticas abordadas, à origem da informação disponibilizada e ao tipo de conteúdos (texto, imagem, vídeo, etc....);
4. **Participação e colaboração:** Este quarto grupo pretendia auscultar a a opinião destes autores sobre os projetos de criação de conteúdos partilhados, como por exemplo *Wikis*. Tentou-se perceber se tinham o hábito de participar em iniciativas deste tipo, quais seriam as situações ideais para o fazerem e quais as vantagens e desvantagens que encontram neste modelo de produção de conteúdos;

5. **Referências a outras iniciativas:** Por último, incluiu-se um conjunto de três questões onde os inquiridos poderiam indicar outras plataformas que considerassem relevantes de constar neste estudo. O seu principal objetivo passava por identificar outros projetos relevantes, tal como defendido por Paulo Serra quando indica o reconhecimento por pares como um fator importante na formação da sua credibilidade (Serra, 2007, pp. 8-9).

Com o objetivo de garantir a qualidade e confiança na informação recolhida, e no sentido de simplificar o processo de preenchimento do questionário, optou-se pela estratégia de funil (Oppenheim, 1992, p. 120), onde as questões foram evoluindo das mais genéricas, como por exemplo a recolha de dados pessoais, para as mais específicas, tal como as motivações de cada autor.

Da mesma forma, o recurso quase exclusivo a perguntas fechadas, em detrimento de perguntas abertas, teve em consideração as seguintes indicações (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 93):

1. Estatisticamente os inquiridos preferem perguntas fechadas, uma vez que a lista de possíveis respostas previamente fornecida facilita o preenchimento por parte de quem responde;
2. A análise estatística das respostas obtidas é mais fácil e rápida;
3. Existe uma maior facilidade na codificação das respostas;
4. O investigador não necessita de “interpretar” as respostas;
5. A comparação dos resultados dos vários inquiridos é mais simples e célere.

Como é natural, a menor utilização de perguntas abertas tem igualmente algumas desvantagens, tais como a “ausência” de novidade e qualidade das respostas, ou mesmo a impossibilidade de se desenvolverem leituras mais profundas sobre os dados recolhidos (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 94). Embora os objetivos deste questionário passassem essencialmente pela recolha de dados muito concretos, o que tornava o uso de perguntas abertas contraproducente, existiu o cuidado de, sempre que os inquiridos pudessem ter outras opiniões distintas das oferecidas, ou não terem dados suficientes para responder, incluir a opção “Outro(s)” ou “Desconheço”. Ainda em relação às perguntas fechadas, recorreu-se, maioritariamente, a perguntas de resposta graduada (Moreira, 2007), apresentando as hipóteses de resposta numa escala *Likert*, e perguntas indefinidas (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 102), em que o inquirido podia selecionar mais do que uma resposta.

Implementação técnica e divulgação do questionário

Tal como nos referem vários autores (C. P. Coutinho, 2014; M. M. Hill & Hill, 2000; Oppenheim, 1992) a validação do questionário antes da sua aplicação é fundamental. No nosso caso específico solicitámos a quatro autores de *blogs*⁵⁰ que respondessem a uma primeira versão do nosso inquérito e que nos indicassem as principais dificuldades no seu preenchimento. Este processo de avaliação revelou que todos os inquiridos o classificaram como bastante acessível e apenas fizeram algumas sugestões de correção de texto que foram, sempre que se justificou, incluídas na versão final do inquérito.

Tendo em consideração que, como referimos anteriormente, o nosso universo não é muito extenso e é composto por casos em que a probabilidade de serem incluídos na amostra é uniforme, decidiu-se recorrer ao contacto direto com os autores identificados através de duas formas distintas: 1) preferencialmente por correio eletrónico; 2) através da caixa de comentários presente nas publicações da plataforma. Este processo decorreu através de duas iterações para os casos em que dispúnhamos do contacto de correio eletrónico e apenas uma tentativa para as situações em que o contacto foi feito através da caixa de comentários. Tentou-se, desta forma, insistir na solicitação de colaboração sempre que a comunicação era feita de forma discreta e não o fazer sempre que o contacto era realizado publicamente. Este processo decorreu desde o dia 26 de Maio a 22 de Setembro de 2014.

A opção pela ferramenta *online Typeform* prendeu-se fundamentalmente com o facto da dispersão geográfica dos inquiridos, o que tornaria todo o processo mais moroso se fosse feito em papel, e pela facilidade do posterior tratamento de dados que o *software* oferecia. Foi tido ainda em conta o facto deste *software* ser uma das soluções mais recentes e inovadoras ao nível da construção e preenchimento de formulários⁵¹. Sendo uma aplicação que privilegia a experiência do utilizador, esta possui um conjunto de soluções gráficas e interativas que promovem um maior envolvimento por parte dos inquiridos. Consegue assim, por norma, taxas de conclusão do inquérito mais elevadas⁵², o que é igualmente justificável pois, como é defendido por Manuela e Andrew Hill, "*a aparência estética do questionário é muito importante*" (M. M. Hill & Hill, 2000, p. 165). Por fim, foi tido em conta o facto desta solução responder de

⁵⁰ <http://felty.blogs.sapo.pt>, <http://cides.pt/blog/>, <http://redondaquadrada.blogspot.pt/> e <http://mixandmatch.blogspot.pt>

⁵¹ Ver <http://www.business2community.com/mobile-apps/typeform-review-online-form-creation-tool-0855648> ou <http://computers.tutsplus.com/tutorials/make-better-online-forms-with-typeform--cms-19977>

⁵² Ver <https://medium.com/@mia/getting-real-survey-answers-out-of-smart-busy-people-778f5a98e4c6>

forma eficaz em todos os dispositivos e plataformas, sejam computadores de secretária, portáteis, *tablets* ou *smartphones* em ambiente *Windows*, *MacOs*, *Linux*, *iOs* ou *Android*.

V.2.2.1 – Resultados

A análise aos dados do questionário permitiu-nos constatar que, dos sessenta e cinco inquiridos contactados e que constituíam o nosso universo de estudo, obtivemos quinze respostas, tendo sido todas validadas e alvo de tratamento estatístico. Nesta fase, estas viriam a ser catalogados pela numeração correspondente à ordem cronológica de resposta ao inquérito, resultando na seguinte tabela:

RESPONDENTES AO INQUÉRITO

CASO #	IDENTIFICAÇÃO	URL DA PLATAFORMA
1	PUBLISITE	http://estespublicitarios.blogspot.pt/
2	Cerâmica Modernista em Portugal	http://ceramicamodernistaemportugal.blogspot.pt/
3	Club Casaleiro	http://clubcasaleiro.forumportugues.com.pt/
4	Rodas de Viriato	http://rodasdeviriato.blogspot.pt/
5	Motonacional	http://motonacional.blogspot.com
6	Restos de Coleção	http://restosdecoleccion.blogspot.com/
7	Typographies	http://typographies.blogspot.com
8	Almanaque Silva	http://almanaguesilva.wordpress.com
9	Simples	http://www.05031979.net
10	Garfadasonline	http://www.garfadasonline.blogspot.pt
11	Portugaldesign.org	http://www.portugaldesign.org
12	Tipografias	http://tipografias.blogspot.pt/
13	Fotolito	http://hueandsaturation.tumblr.com
14	Paço Branco	http://pacobranco.blogspot.com
15	Fabrica Alba	http://fabrica-alba.blogspot.pt/

Tabela 1 - Lista de respondentes ao inquérito por questionário

No que diz respeito aos resultados, os primeiros valores a reter prendem-se precisamente com o desempenho da aplicação do questionário. Como podemos observar na figura 26, e embora apenas tivessem sido contactados diretamente sessenta e cinco potenciais respondentes, o inquérito foi acedido cento e quarenta e cinco vezes por noventa e dois acessos distintos.

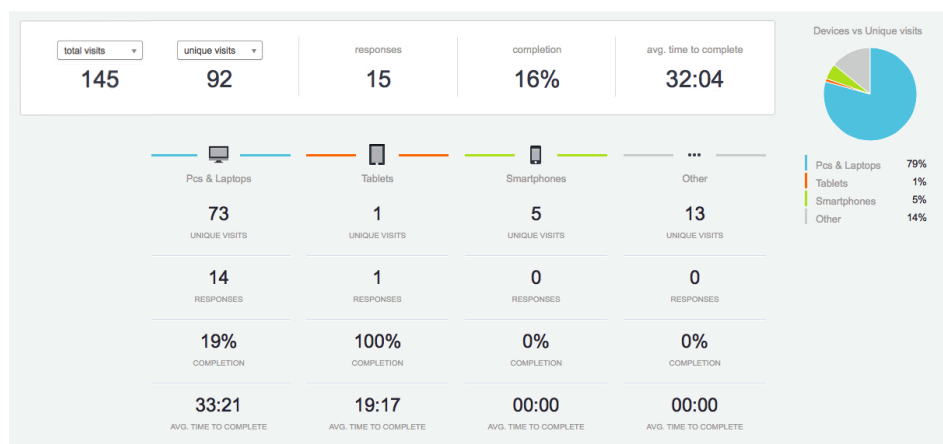


Fig. 26 - Indicadores de desempenho do inquérito por questionário

Para além da decisão de simplesmente não quererem responder, esta ocorrência pode ser justificada com o facto de vários dos inquiridos acederem ao inquérito por mais do que um terminal, como por exemplo: computador fixo, portátil, *tablet* ou *smartphone*, ou poderem facultar o *link* de acesso a terceiros, por exemplo, no caso em que as plataformas possuem mais do que um autor responsável. Como se pode constatar, no que se refere aos acessos únicos, estes existiram maioritariamente através de computador, fixo ou portátil (79%), registando-se apenas um acesso por *tablet* (1%) e cinco por *smartphone* (5%). Os restantes 13 acessos (14%) não puderam ser identificados pela plataforma. Estes dados são ainda mais desnivelados no que se refere às respostas submetidas, sendo apenas uma (7%) efetuada por outros meios que não o computador (93%), neste caso o *tablet*.

Como indicador global é ainda importante referir que o inquérito teve uma taxa de respostas — entre os acessos únicos e as entradas submetidas — de 16% e demorou, em média, 32 minutos a preencher.

Desta forma, tal como definido nos objetivos iniciais, as respostas ao inquérito permitiram-nos efetuar um conjunto de leituras mais profundas, nomeadamente no que diz respeito à autoria, uso, recursos e motivações dos responsáveis pelas plataformas selecionadas. Os dados recolhidos, que podem ser consultados em detalhe no anexo 5, vêm, em parte, confirmar muitas das deduções que avançámos na fase da definição do universo de estudo, e, por outro lado, acrescentar uma nova camada de informação que apenas poderia ser facultada pelos inquiridos, quer seja no que diz respeito a dados concretos ou a opiniões pessoais.

Análise dos dados relativos às plataformas utilizadas (1ª secção do inquérito)

Conforme podemos observar na figura 27, confirma-se que efetivamente a plataforma de *blog* é esmagadoramente predominante entre as opções preferidas dos nossos inquiridos, com 93%, mas que, em simultâneo, muitos destes projetos já possuem outras iniciativas associadas como apoio à plataforma principal, como é o caso de páginas de *Facebook* (60%) ou de *Google+* (13%).

RESPONDENTES AO INQUÉRITO • [PLATAFORMAS]

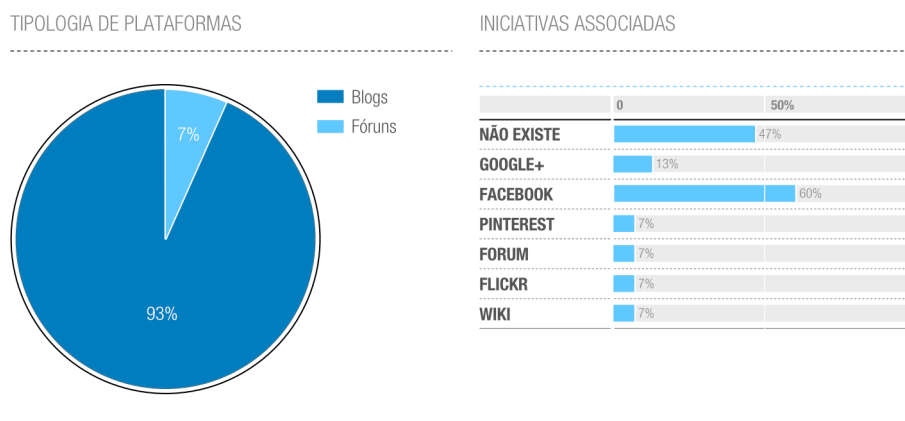


Fig. 27 - Tipologia de plataformas e de iniciativas associadas a que os respondentes ao inquérito recorriam

Embora muitas destas novas ferramentas de comunicação tenham surgido já depois da data de início de atividade dos casos estudados, este contexto leva-nos a acreditar que, na maioria dos casos, existe por parte dos seus responsáveis uma grande abertura no que diz respeito à sua adoção. Contudo, verifica-se que esta utilização ocorre ao nível da sua incorporação na sua estratégia de comunicação e divulgação, não se tendo verificado casos onde a plataforma principal tenha sido abandonada em detrimento destes novos instrumentos. Inclusive, o único caso em que foi declarada a cessação de atividade da plataforma insere-se nos 47% que não mantinham qualquer outra iniciativa associada.

É interessante verificar que, embora estas ferramentas paralelas surjam nesta fase da investigação, elas não foram identificadas na primeira etapa de recolha de casos. Este é um facto que estará relacionado com a robustez, ao nível da credibilidade, a que o nosso universo de estudo foi submetido. Com efeito, os procedimentos implementados nessa fase contribuíram fortemente para a constituição de um universo de estudo

consolidado, principalmente no que diz respeito à sua longevidade, o que excluiu muitas das ferramentas mais recentes.

No mesmo sentido, tal como podemos observar na figura 28, 27% dos inquiridos haviam mantido atividade regular, até à data, pelo menos durante seis anos e 33% entre cinco e seis anos.

RESPONDENTES AO INQUÉRITO • [LONGEVIDADE DAS PLATAFORMAS]

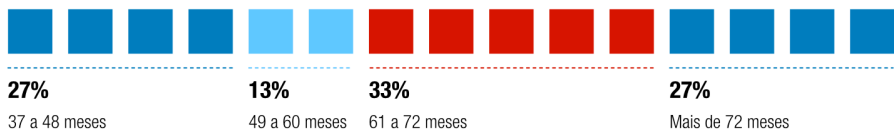


Fig. 28 - Longevidade dos projetos dos respondentes ao inquérito

A longevidade, principalmente quando associada à cadência de publicações, reflete a importância que o projeto assume para o seu autor que, tal como podemos observar no quadro (figura 29), no grupo de casos estudados, tende a apresentar uma relação clara no sentido de mais regularidade de publicações nas situações de maior longevidade.

RELAÇÃO LONGEVIDADE / CADÊNCIA DE PUBLICAÇÕES

	Mais de uma publicação por dia	Uma publicação diária	Entre seis e duas por semana	Uma publicação por semana	Entre três e uma por mês	Menos de uma publicação mensal
Entre 24 e 36 meses	0	0	0	0	0	0
Entre 37 e 48 meses	0	0	1	0	1	2
Entre 49 e 60 meses	0	1	0	0	1	0
Entre 61 e 72 meses	1	0	3	0	1	0
Mais de 72 meses	1	1	0	0	1	1

Fig. 29 - Análise Matricial: Longevidade vs Cadência de publicações

Só por si, este indicador pode-nos levar a crer que os projetos mais antigos estarão mais estabilizados ao nível da regularidade de atualização da plataforma, e que esse facto estará intimamente ligado com a

fidelização de utilizadores, pois, cruzando estes dados com o número de visitas diárias, verifica-se que estas são as plataformas que exibem números superiores de visitantes (fig. 30). Embora este último apontador nos indique que maioritariamente, e independentemente da longevidade, o número de visitas diárias situa-se estável, entre as cinquenta e duzentas, nos casos de maior antiguidade ele tende a subir.

RELAÇÃO LONGEVIDADE / NÚMERO DE VISITAS

	Menos de 10 visitas diárias	Entre 10 e 50 visitas por dia	Entre 50 e 200 visitas por dia	Entre 200 e 500 visitas por dia	Entre 500 e 1000 visitas por dia	Mais de 1000 visitas diárias	Desconheço
Entre 24 e 36 meses	0	0	0	0	0	0	0
Entre 37 e 48 meses	0	0	3	0	0	0	1
Entre 49 e 60 meses	0	1	0	0	0	0	1
Entre 61 e 72 meses	1	1	1	0	0	1	1
Mais de 72 meses	0	1	2	0	1	0	0

Fig. 30 - Análise Matricial: Longevidade vs Número de visitas

Por fim, e ainda relacionado com a cadência de publicações e o número de acessos à plataforma, é interessante observar que não se verificou qualquer relação causa/efeito com o número de comentários submetidos pelos seus públicos. Tal como apresentado na figura 31, os dados recolhidos levam-nos a suspeitar que não existe uma cultura participativa enraizada da parte de quem consulta este tipo de informação, e que, embora algumas plataformas apresentem altos índices de visitantes e disponibilizem variadas ferramentas para esse efeito — como é o caso, por exemplo, da caixa de comentários — isso não se reflete num maior envolvimento por parte dos seus leitores.

RELAÇÃO NÚMERO VISTAS / NÚMERO DE COMENTÁRIOS

	Não se aplica	Menos de 5 comentários por post	Entre 5 a 10 comentários por post	Entre 10 a 25 comentários por post	Entre 25 a 50 comentários por post	Entre 50 a 100 comentários por post	Mais de 100 comentários por post
Dados não disponibilizados	1	0	0	0	0	0	0
100 a 1000 visitas por mês	1	2	0	0	1	0	0
1000 a 2000 visitas por mês	1	1	0	0	0	0	0
2000 a 4000 visitas por mês	1	3	1	0	0	0	0
4000 a 8000 visitas por mês	0	1	0	0	0	0	0
mais de 8000 visitas por mês	0	1	0	0	0	0	0

Fig. 31 - Análise Matricial: Número de visitas vs Número de comentários

Como se pode observar, verificaram-se quatro situações em que não era permitido submeter comentários, o que corresponde a 27% dos casos, nove em que a média de comentários se situa abaixo dos 5 por publicação, ou seja em 60% da amostra, e apenas num dos casos revelava uma média de comentários que se situava entre os cinco e os dez por publicação, ainda assim um número baixo. De referir ainda um último caso, em que a média de comentários se localizava entre os cinquenta e cem por publicação, mas que diz respeito a uma plataforma com tipologia de fórum, onde a própria natureza do projeto é assente na troca de comentários. Por outro lado, a presença de apenas um caso desta tipologia na nossa amostra, poderá ser igualmente revelador de uma baixa cultura participativa por parte dos públicos.

Como referimos anteriormente, no âmbito da nossa investigação é importante que a credibilidade da informação seja elevada, no entanto, é igualmente relevante referir que é provável que os constrangimentos aplicados tenham condicionado as tipologias de plataformas presentes na nossa amostra, nomeadamente a visível hegemonia dos *blogs*. Ainda assim, tal como nos indicam os dados, é certo que a regularidade de publicações verificada nestas plataformas — e a adaptação e incorporação das novas ferramentas — são reveladoras de projetos estáveis e altamente valorizados que se vão adaptando às inovações tecnológicas. Contudo, embora os números de visitas registados certifiquem essa valorização da informação, não se observou a ocorrência de qualquer dinâmica colaborativa no sentido da prestação de *feedback* relevante por parte dos públicos, tal como é defendido por muitos autores (Chui et al., 2012; Li, Bernoff, Fiorentino, & Glass, 2007; Shirky, 2010a) como sendo uma das maiores vantagens das *social technologies*.

Análise dos dados relativos aos autores (2ª secção do inquérito)

Os resultados obtidos nesta fase permitiram-nos igualmente fazer o levantamento das principais características dos indivíduos responsáveis por este género de plataforma.

Em primeiro lugar, verifica-se que em 93% das situações estas iniciativas são da responsabilidade única de um sujeito, sendo que, no único caso em que isso não acontece, a autoria é partilhada apenas com mais um autor. Este contexto permitiu-nos assim, nesta situação específica, alargar agora a nossa amostra para dezasseis casos. Neste contexto, e reforçando algumas das deduções que avançámos aquando da definição do universo de estudo, verifica-se que, mesmo através do sigilo garantido pela ferramenta de questionário, alguns dos autores continuam a privilegiar o facto de se apresentar com pseudónimo, tendo sido esta situação verificada em 19% dos casos.

No que diz respeito à faixa etária em que estes se inserem, podemos considerar que esta apresenta alguma maturidade, visto que não se verificou qualquer registo no intervalo entre os dezoito e os vinte e nove anos. A partir dos trinta anos os resultados começam a ser homogéneos, registando-se sete autores na faixa entre os trinta e os trinta e nove anos, quatro entre os quarenta e os quarenta e nove anos, cinco entre os cinquenta e os sessenta e cinco anos, não se verificando qualquer autor com mais do que essa idade (fig. 32).

RESPONDENTES AO INQUÉRITO • [IDADE DOS AUTORES]

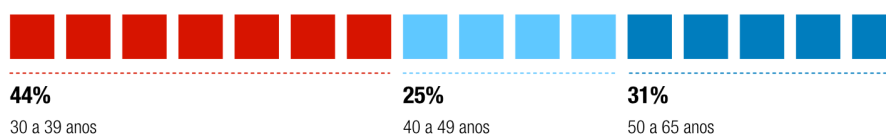


Fig. 32 - Idade dos respondentes ao inquérito

De certo modo, podemos afirmar que estes resultados são condizentes com os estudos apresentados pela Obercom (Cardoso et al., 2014; Paisana & Lima, 2012; Taborda, 2010) pois, conforme podemos constatar no quadro (fig.33), existe uma clara relação entre a idade, habilitações literárias e a maior propensão para o uso das *social technologies*.

RELAÇÃO IDADE DOS AUTORES / HABILITAÇÕES LITERÁRIAS

	1º ciclo (até 4º ano)	2º ciclo (até 6º ano)	3º ciclo (até 9º ano)	Secundário (até 12º ano)	Licenciatura	Pós- licenciatura
Entre os 18 e os 29 anos	0	0	0	0	0	0
Entre os 30 e os 39 anos	0	0	0	2	2	3
Entre os 40 e os 49 anos	0	1	0	0	1	2
Entre os 50 e os 65 anos	0	0	0	3	2	0
Maiores de 65 anos	0	0	0	0	0	0

Fig. 33 - Análise Matricial: Idade dos autores vs habilitações literárias

Neste âmbito há ainda a salientar que, no que diz respeito ao tempo dedicado ao projeto, os resultados são “variadamente equilibrados”, indo desde os 13% de inquiridos que afirmam dedicar-lhe mais de quatro horas por dia, 25% entre uma a quatro horas por dia, 13% entre quatro a sete horas por semana, 19% entre uma e quatro horas por semana, 19% entre uma a quatro horas por mês e os 13% que declaram que dispensam menos de uma hora por mês.

Este facto estará possivelmente relacionado com a atividade profissional de cada um dos indivíduos e a sua maior ou menor afinidade com o tema. Foi nesse sentido que, face aos dados recolhidos, voltámos a classificar a relação destes com a disciplina do design, tal como havíamos estabelecido anteriormente. Assim, verificámos que, para além dos 19% dos casos em que continuámos sem conseguir identificar essa relação, 38% dos autores destas plataformas apresentam uma baixa relação com a disciplina, 6% uma relação média e os outros 38% uma relação alta, onde se incluem essencialmente designers profissionais ou investigadores desta área científica (fig. 34).

RESPONDENTES AO INQUÉRITO • [ESPECIALIZAÇÃO DOS AUTORES]

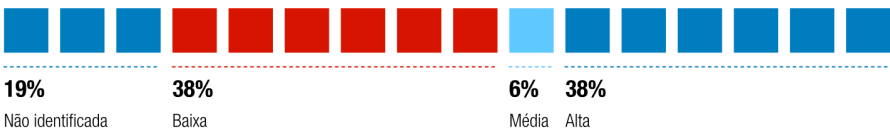


Fig. 34 - Nível de especialização dos respondentes ao inquérito

É também através destes indicadores que podemos considerar que a autoria dos conteúdos publicados *online*, relacionados com a história da cultura material portuguesa, de natureza pessoal e de acesso público, é transversal aos variados padrões da população portuguesa, não se verificando assim uma tendência clara para a existência de um perfil específico de autor. Parte da justificação deste fenómeno encontra-se nos testemunhos dos inquiridos em relação às motivações que os levam a manter a sua produção regular de publicações.

Em virtude desta ser uma questão aberta, foi necessário proceder-se à interpretação das respostas e definir as variáveis que a constituíam (C. P. Coutinho, 2014, p. 67; M. M. Hill & Hill, 2000, p. 156). Foi assim desenvolvida uma tabela de conversão (anexo 6) que permitiu sintetizar as motivações dos inquiridos em três categorias distintas:

1. **Satisfação pessoal** – incluía todas as respostas em que os inquiridos referiam o "gosto", "paixão", "realização pessoal" ou equivalente, como uma das principais motivações;
2. **"Espírito de missão"** – Continha todas as declarações em que a importância da recolha, preservação e divulgação do património era mencionada;
3. **Recurso produtivo** – Referia-se aos casos em que a motivação para o uso da plataforma surgia com a sua utilização de suporte a uma outra qualquer atividade relacionada.

A leitura dos dados permitiu-nos compreender que as motivações se situam maioritariamente no espaço da categoria "espírito de missão", compreendendo 50% das respostas, logo seguida da categoria "satisfação pessoal", com 35% e, por último, a categoria "recurso produtivo" com 15%.

É desta forma que somos levados a acreditar que existe, da parte dos autores destes projetos, um reconhecimento da importância do papel do património, e da sua eventual perda, e que identificam nas *social technologies* a presença de soluções válidas que lhes permitem contribuir, autonomamente, para a sua preservação.

Análise dos dados relativos aos conteúdos (3ª secção do inquérito)

Um dos aspetos fundamentais a caracterizar nesta fase da investigação prendia-se com o conjunto de questões específicas que qualificam a relevância dos conteúdos produzidos.

Ainda de forma genérica, é significativo verificar que, em 80% dos casos, os conteúdos são produzidos por um único autor e que apenas nos restantes 20% estes apresentam autorias coletivas. Em simultâneo, é igualmente importante constatar que, maioritariamente, os conteúdos produzidos são originais, tal como indicado por 80% dos inquiridos, embora também seja recorrente a prática de republicação de outras fontes digitais, enunciado por 33% dos respondentes, e de outros tipos de conteúdo, como por exemplo a divulgação de *press-releases* ou informação institucional, que foi indicado por 7% dos inquiridos. Julgamos que estes são indicadores coerentes com alguns apresentados anteriormente, e que, de forma geral, nos remetem para uma realidade onde as iniciativas individuais prevalecem e as práticas colaborativas estão pouco presentes.

No que diz respeito às temáticas abordadas a nossa amostra revelou uma heterogeneidade importante. Mais uma vez, sendo uma questão aberta, procedeu-se à caracterização das respostas catalogando-as por categorias, conforme pode ser consultado no anexo 7. Dessa forma, registámos 27% dos casos em que os projetos se dedicavam maioritariamente ao design de veículos, 13% ao design gráfico, outros 13% ao design de produto, ainda outros 13% à tipografia, 7% ao design de cerâmica e vidro e ainda 7% à ilustração. Os restantes 20%, apresentando uma abordagem ao design mais genérica e transversal, foram enquadrados dentro de uma categoria mais abrangente, denominada “generalista”.

Verifica-se assim uma diversidade de temáticas que se considera fundamental pois permitiu à investigação avançar apresentando um risco diminuto no que diz respeito à possível contaminação dos resultados em função de uma determinada perspetiva.

Centrando-nos concretamente na informação publicada, verificamos que a predominância de texto e fotografias é praticamente absoluta. Tal como se pode verificar na figura 35, em 80% dos casos os seus autores publicam fotografias originais e em 73% recorrem a fotografias de outras fontes. No que diz respeito ao texto, a maioria dos autores afirma que publica texto original (73%), enquanto 40% assume socorrer-se de texto de outras fontes. É interessante observar que todos os autores recorrem à fotografia, seja ela original ou de outras fontes, enquanto se confirmam casos em que se observa a completa ausência de texto, indicando assim uma preferência sobre a publicação de imagens em detrimento do texto.

TIPOLOGIAS DE CONTEÚDOS APRESENTADOS

	Fotos originais	Fotos outras fontes	Desenhos originais	Desenhos outras fontes	Diagramas originais	Diagramas outras fontes	Vídeos originais	Vídeos outras fontes	Audio original	Audio outras fontes	Texto original	Texto outras fontes	Outros
Caso 1		X											
Caso 2	X	X									X		
Caso 3	X	X					X	X			X		
Caso 4	X										X		
Caso 5	X						X				X		
Caso 6	X	X	X	X	X	X					X	X	
Caso 7	X	X		X				X			X		
Caso 8		X		X									
Caso 9	X	X						X			X	X	
Caso 10	X										X		
Caso 11	X	X		X		X		X			X	X	
Caso 12	X	X	X	X		X		X		X	X	X	
Caso 13	X		X										
Caso 14	X	X					X	X			X	X	
Caso 15		X										X	
TOTAL	12	11	3	5	1	3	3	6	0	1	11	6	0
%	80 %	73%	20%	33%	7%	20%	20%	40%	0	7%	73%	40%	0

Fig. 35 - Tipologias de conteúdos disponibilizados pelas plataformas

Em relação às restantes tipologias, resta salientar os valores referentes ao recurso a vídeos de outros autores, que se verifica em 40% dos casos, e aos desenhos de outras fontes, com 33%. A opção pelas restantes alternativas surge apenas esporadicamente, pelo que dificilmente poderão ser alvo de análise enquanto uma realidade representativa deste universo de estudo.

Por último, ainda referente aos conteúdos gerados, considerámos fundamental identificar as principais fontes de informação a que os autores recorrem na composição das suas publicações. Embora os resultados se mostrem muito equilibrados, apurou-se que a maioria, 53% dos inquiridos, socorre-se de diversos “jornais e revistas analógicas”, revelando-se depois a existência de diversas fontes, de tipologias distintas, para construírem a informação que disponibilizam (fig. 36).

FONTES UTILIZADAS

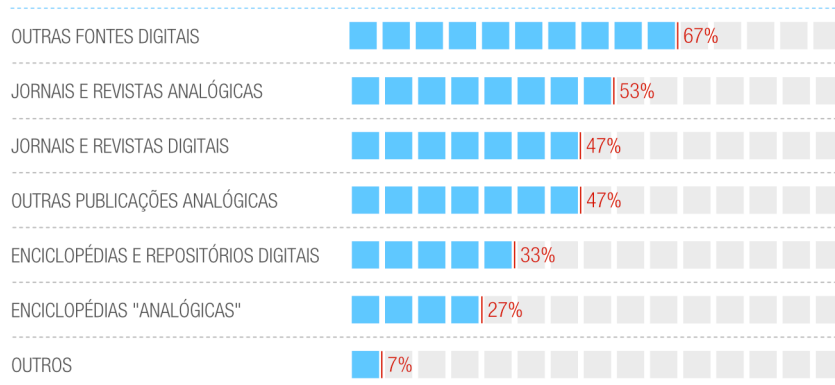


Fig. 36 - Fontes utilizadas na construção dos conteúdos

Estes dados levam-nos a acreditar que existe, por parte destes autores, uma abertura clara para recorrerem à utilização de variados canais de informação, quer analógicos quer digitais, e que, eventualmente, isso os remeterá para práticas mais próximas da pesquisa e investigação sobre nova informação em vez de se limitarem a replicar informação veiculada pelos principais, e certificados, meios de comunicação. A reforçar esta afirmação poderemos ainda incluir o indicador de que 67% dos inquiridos refere recorrer a outras fontes digitais, onde se incluem os meios de comunicação gerados pelas *social technologies*, salientando assim a importância de trazer para as suas publicações o conhecimento que surge através destes meios de comunicação "informais".

Análise dos dados relativos às práticas colaborativas (4ª secção do inquérito)

A quarta secção do questionário pretendia avaliar a relação dos inquiridos com as plataformas de criação de conteúdos partilhados, sendo que, no âmbito da nossa investigação, considerámos importante tentar auscultar a disponibilidade destes indivíduos para colaborar noutro tipo de projetos, nomeadamente no que diz respeito à criação e revisão de conteúdos gerados em colaboração com outros autores.

Assim, e no sentido de identificar se esse comportamento se confirma, verificamos que a grande maioria, ou seja 67% dos inquiridos, nunca o fizeram. Os restantes 33% assumem que apenas o fazem pontualmente, pelo que podemos concluir que esta é uma prática muito pouco instituída no que diz respeito ao nosso universo de estudo.

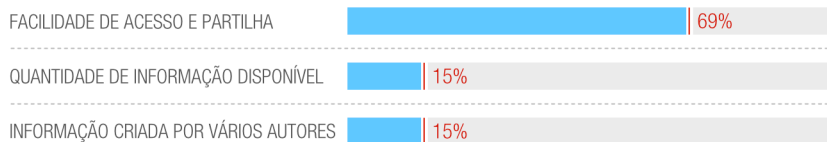
Contudo, num outro sentido, registamos que a totalidade dos inquiridos não levanta objeções à disponibilização dos seus conteúdos neste tipo de plataformas e que, inclusive, 93% demonstra recetividade

para colaborar na criação de conteúdos partilhados e 87% igualmente na sua revisão.

Estes dados levam-nos a concluir que, neste domínio, a prática de criação de conteúdos partilhados quase não acontece, eventualmente, pela ausência de iniciativas em que os autores se revejam e se considerem valorizados. Esta é uma conclusão que se reforça com a análise à pergunta aberta “*Quais as principais vantagens e desvantagens dos modelos existentes de criação e partilha de conteúdos socialmente gerados?*” (fig. 37). Segundo as respostas obtidas, e depois da sua categorização (consultar anexo 8), verifica-se claramente que a falta de credibilidade da informação disponibilizada é indicada como o principal receio no uso destas ferramentas, enunciado por 69% dos inquiridos, ao mesmo tempo que são referidos outros fatores, como a pobre estruturação da informação, em 15% dos casos, e a ausência de uma “hierarquia editorial” — ou seja, a existência de um “supervisor” responsável —, citado por 8% dos respondentes.

PLATAFORMAS CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS PARTILHADOS

VANTAGENS



DESVANTAGENS

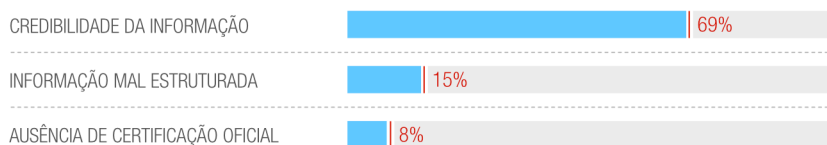


Fig. 37 - Vantagens e desvantagens das plataformas de criação de conteúdos partilhados

No que diz respeito às vantagens, é igualmente esmagadora a maioria de respostas relacionadas com a facilidade de acesso à informação, também em 69% dos casos, acompanhada da quantidade de informação disponível, referida por 15% dos inquiridos e o facto de se poder dar origem a conteúdos mais “ricos”, quando gerados por múltiplos autores, o que foi também referido por 15% dos respondentes do inquérito.

Ainda no âmbito desta auscultação era solicitado que nos indicassem, no máximo, três outros casos de plataformas que pudessem integrar o nosso estudo. Como referido anteriormente, esta questão pretendia expandir o nosso hipotético universo de estudo, mas, ao mesmo

tempo, compreender a relação destes autores com outras iniciativas análogas. Neste sentido, e verificando que 60% das respostas incluíam três sugestões, podemos afirmar que existe, da parte destes autores, um conhecimento consolidado sobre esta realidade. Os restantes indicadores parecem ir no mesmo sentido, já que 20% submeteram duas sugestões e os restantes 20% uma, não se tendo verificado qualquer caso em que não tenha sido sugerido nenhum caso.

A inclusão destas sugestões no nosso universo de estudo, após terem sido igualmente submetidas aos constrangimentos anteriormente expostos, permitiu que este viesse a ser ampliado com cinco novos casos, todos eles referentes à tipologia de *blog*, totalizando assim em sessenta e cinco os casos incluídos no universo de estudo (que vieram a ser incluídos na segunda iteração de solicitação de preenchimento do inquérito, embora não tenhamos obtido nenhuma nova submissão proveniente destes projetos).

De forma global, este inquérito permitiu-nos concluir que o nosso universo de estudo se constituía essencialmente por plataformas de tipologia de *blog*, observando-se, entretanto, o recurso a outras — nomeadamente páginas de *facebook* — com o objetivo principal de promover o seu projeto editorial original.

Podemos ainda afirmar que, maioritariamente, estamos a lidar com uma realidade consolidada. A longevidade dos projetos, bem como a cadência de publicação, demonstra que os casos incluídos atingiram um patamar de referência para os seus autores bem como, provavelmente, para os seus leitores, certificado pelo número de visitas diárias que, em média, estes projetos apresentam.

Estes primeiros dados permitiram-nos igualmente perceber que a realidade de uma cultura participativa produtiva, no sentido que Clay Shirky defende com a analogia a um santuário xintoísta⁵³, é praticamente inexistente. Quando observamos o quase insignificante número de comentários que, quando relacionados com o número de visitas, apresentam percentagens extremamente baixas, torna-se perceptível que o envolvimento de terceiros na adição de nova informação às publicações é muito escasso.

No que diz respeito aos autores, estes indicadores levaram-nos também a classificar estas plataformas como iniciativas maioritariamente individuais, nas quais os seus autores surgem, por norma, identificados e

⁵³ Clay Shirky, citando o exemplo da *Wikipédia*, recorre à imagem de um templo xintoísta para explicar o fenómeno da cultura participativa nas *social technologies*. Segundo ele: "(...) a *Wikipédia* existe, não como uma construção, mas como um acto de amor. (...) existe porque um número suficiente de pessoas gosta dela e, mais importante que isso, gostam umas das outras neste contexto. Isto não significa que estejam sempre de acordo, mas gostar de alguém não exclui a possibilidade de discutir com essa pessoa" (Shirky, 2010b, p. 131)

localizando-se em faixas etárias médias/altas e com formações académicas igualmente médias/altas.

São também bastante variados os resultados que nos indicam a quantidade de tempo dedicado ao projeto pelos seus autores e nas atividades profissionais de cada um, não se confirmando, portanto, qualquer predomínio de sujeitos fortemente relacionados com a área do design. No mesmo sentido, através dos dados compilados conseguimos ainda constatar que as principais razões para a existência e continuidade dos seus projetos estão relacionadas com a “emergência” de resgatar o património da cultura material portuguesa — evitando assim que esta se perca— e com a satisfação pessoal que obtêm através desta atividade.

Focando-nos especificamente na análise dos conteúdos publicados, voltamos a verificar que há uma predominância da “individualidade” em detrimento das iniciativas coletivas e que maioritariamente encontramos conteúdos originalmente desenvolvidos por estes autores. Quanto às temáticas, estes tendem a especializar-se em determinadas matérias específicas, no entanto, no conjunto de todos os casos, podemos considerar que existe uma grande heterogeneidade entre eles, garantindo-nos assim uma grande representatividade das variadas subdisciplinas do design.

Tal como referido anteriormente, é também importante reter que, embora maioritariamente os autores recorram a texto, original ou de outras fontes, verifica-se que, no que diz respeito à imagem, e assumindo igualmente estas mesmas duas origens, esta está presente em todos os casos. Este indicador leva-nos a acreditar que existe uma maior afeição com o uso da imagem na comunicação destas temáticas.

No que respeita às fontes de informação surge um outro indicador fundamental indicando-nos que, maioritariamente, estes autores recorrem a revistas e jornais analógicos. Embora neste aspeto se reconheça ainda a importância de muitas outras fontes de informação, podemos considerar que este resultado vai ao encontro do defendido por Grace Lees-Maffei quando traz para a disciplina da história do design a discussão sobre a importância da mediação (Lees-Maffei, 2009). No entanto, como referido antes, esta variedade de fontes leva-nos também a concluir que estes indivíduos desenvolvem uma série de práticas informais de pesquisa e investigação e não se cingem apenas a meros replicadores de informação proveniente de outros canais.

Por último, podemos afirmar, com alguma convicção, que os dados indicam que, embora não se tenham reconhecido práticas de criação de conteúdos partilhados enraizadas, existe da parte destes autores uma grande disponibilidade para a colaboração na disponibilização dos seus conteúdos noutras plataformas e para a participação em projetos de

criação de conteúdos de forma partilhada, quer como criadores quer como revisores. Praticamente todos os indivíduos reconhecem grandes vantagens nestes modelos indicando, em simultâneo, algumas desvantagens que os levam a “abster-se” de participar nas iniciativas existentes, como é o caso, maioritário, da falta de confiança na informação disponibilizada.

V.2.2.2 - **Extrapolação dos resultados do inquérito**

A implementação do inquérito e a consequente análise aos seus resultados, permitiu-nos solidificar o conhecimento sobre o conjunto de casos que compunham a amostra do nosso universo de estudo. Mantendo o foco na problemática da produção de conteúdos sobre a cultura material portuguesa, partindo da realidade das *social technologies* em Portugal, a nossa investigação prosseguiu aprofundando a identificação das práticas desenvolvidas neste contexto, bem como os seus autores e os métodos aplicados.

Encontrando-se a investigação, nesta fase, em processo de *gathering rich data* (Charmaz, 2006, p. 13), e assumindo o objetivo de uniformizar a informação a ser tratada posteriormente, tornou-se importante impor novos constrangimentos à amostra que permitissem garantir essa normalização e avançar para a fase de codificação de dados. Esta resolução prendeu-se essencialmente com dois aspetos distintos, mas correlacionados:

1. a necessidade de trabalharmos com casos análogos entre si para podermos estabelecer padrões comportamentais baseados nos mesmos contextos;
2. a importância de retirarmos da amostra os casos marginais que, face à sua reduzida representatividade, pudessem contaminar a análise de dados subsequente.

Assim, e voltando a interpretar a composição da amostra dos casos que responderam ao nosso inquérito, verificamos que, como referido anteriormente, existe uma clara predominância da plataforma de *blog* entre as preferências destes utilizadores. Os valores recolhidos mostravam que apenas numa entre as quinze respostas, ou seja 7%, o autor indicava outra tipologia da plataforma, neste caso o fórum, como a sua opção principal. Face a estes resultados, considerámos que estaríamos nitidamente numa situação de possível adulteração de resultados se considerássemos incluir este caso na próxima fase da investigação, onde, como salientado, seria fundamental identificar o conjunto variado de características formais coerentes e comparáveis entre todos. Sendo que esta era uma realidade

que não se verificava quando sujeita à inclusão do referido caso, determinámos avançar para a próxima fase da investigação centrando o foco da nossa análise de conteúdos exclusivamente nas plataformas que apresentassem a tipologia de *blog*. Esta foi uma decisão que nos permitiu reduzir a amostra para catorze casos, sobre os quais se procedeu à reclassificação das suas principais propriedades recorrendo aos dados recolhidos pelo questionário.

Os resultados deste processo, fundamental para a adequada caracterização dos casos incluídos e que na primeira fase havia sido desenvolvido de forma empírica, demonstrou-nos a existência de situações análogas, permitindo-nos assim, através do método de amostragem por variação máxima (C. P. Coutinho, 2014 p.91), reduzir a amostra a trabalhar na fase de análise de conteúdos aos casos que tipificavam as situações mais comuns que prevaleciam na amostra.

V.2.3 - Definição da amostra final - *Theoretical Sampling, Saturation, and Sorting*

A opção pela implementação de um estudo baseado na metodologia *Constructivist Grounded theory*, tal como temos vindo a observar, forçou-nos a definir um conjunto de normas que nos permitissem estudar o nosso universo, através de uma amostra composta apenas pelos seus mais pertinentes casos de estudo. Sendo que, seguindo a lógica construtivista desta metodologia, a nossa investigação se assume como um meio de conhecer uma realidade a partir do ponto de vista dos seus constituintes, a definição de uma amostra saturada, onde os casos excluídos não acrescentassem informação nova ou relevante, foi de extrema importância, nomeadamente no que diz respeito à delimitação do volume de dados tratados.

No nosso caso específico, este foi um processo que se desenvolveu excluindo as situações em que as propriedades, dimensões ou relações entre os constituintes da amostra se repetiam e não no sentido oposto, ou seja, na procura contínua de novos casos que pudessem contribuir (eventualmente) com informação adicional. Esta situação ficou a dever-se unicamente ao facto de estarmos a trabalhar com um universo finito e muito condicionado — pelos diversos constrangimentos que fomos aplicando, nomeadamente na definição ao nível da confiança dos dados — pelo que, em nosso entender, a variabilidade de dados que pudessem ocorrer dentro desta realidade estaria circunscrita aos, agora, catorze elementos que constituíam a amostra (tabela 2).

UNIFORMIZAÇÃO DA AMOSTRA [SELEÇÃO DE CASOS]

CASO #	NOME	URL
1	PUBLISITE	HTTP://ESTESPUBLICITARIOS.BLOGSPOT.PT/
2	CERÂMICA MODERNISTA EM PORTUGAL	HTTP://CERAMICAMODERNISTAEMPORTUGAL.BLOGSPOT.PT/
3	CLUB CASALEIRO	HTTP://CLUBCASALEIRO.FORUMPORTUGUES.COM.PT/
4	RODAS DE VIRIATO	HTTP://RODASDEVIRIATO.BLOGSPOT.PT/
5	MOTONACIONAL	HTTP://MOTONACIONAL.BLOGSPOT.COM
6	RESTOS DE COLEÇÃO	HTTP://RESTOSDECOLECCAO.BLOGSPOT.COM/
7	TYPOGRAPHIAS	HTTP://TYPOGRAPHIAS.BLOGSPOT.COM
8	ALMANAQUE SILVA	HTTP://ALMANAQUESILVA.WORDPRESS.COM
9	SIMPLES	HTTP://WWW.05031979.NET
10	GARFADASONLINE	HTTP://WWW.GARFADASONLINE.BLOGSPOT.PT
11	PORTUGALDESIGN.ORG	HTTP://WWW.PORTUGALDESIGN.ORG
12	TIPOGRAFIAS	HTTP://TIPOGRAFIAS.BLOGSPOT.PT/
13	FOTOLITO	HTTP://HUEANDSATURATION.TUMBLR.COM
14	PAÇO BRANCO	HTTP://PACOBranco.BLOGSPOT.COM
15	FABRICA ALBA	HTTP://FABRICA-ALBA.BLOGSPOT.PT/

Tabela 2 - Uniformização da amostra

Procedeu-se assim à redefinição dos dados a tratar através do método de amostragem por variação máxima (C. P. Coutinho, 2014 p.91), analisando a variabilidade de dados ocorrida nos seguintes itens previamente definidos:

1. Domínio dos conteúdos
2. Profundidade da análise
3. Especialização do autor
4. Estrutura dos conteúdos

A disposição dos dados numa matriz relacional (anexo 9) permitiu-nos revelar as dimensões de análise redundantes e, dessa forma, identificar os casos análogos. A seleção das plataformas que respondiam a esta diversidade de requisitos, e que assim representavam todos os casos presentes neste universo, permitiu-nos avançar para a fase de análise de conteúdos com apenas **oito** dos **catorze** (tabela 3) casos inicialmente considerando.

AMOSTRAGEM POR VARIAÇÃO MÁXIMA [SELEÇÃO DE CASOS]

CASO #	NOME	AMOSTRAGEM POR VARIAÇÃO MÁXIMA
1	PUBLISITE	SELECIONADO
2	CERÂMICA MODERNISTA EM PORTUGAL	SELECIONADO
3	CLUB CASALEIRO	EXCLUÍDO
4	RODAS DE VIRIATO	SELECIONADO
5	MOTONACIONAL	NÃO SELECIONADO
6	RESTOS DE COLEÇÃO	SELECIONADO
7	TYPOGRAPHIAS	SELECIONADO
8	ALMANAQUE SILVA	SELECIONADO
9	SIMPLES	NÃO SELECIONADO
10	GARFADASONLINE	SELECIONADO
11	PORTUGALDESIGN.ORG	NÃO SELECIONADO
12	TIPOGRAFIAS	NÃO SELECIONADO
13	FOTOLITO	NÃO SELECIONADO
14	PAÇO BRANCO	NÃO SELECIONADO
15	FABRICA ALBA	SELECIONADO

Tabela 3 - Resultado da aplicação do método de amostragem por variação máxima

Foi com a definição desta nova amostra que demos por concluída a nossa fase de *Gathering Rich Data*, dando início à etapa seguinte da metodologia *Grounded theory*, a codificação.

V.2.4 - Codificação - Coding in Grounded Theory Practice

A determinação da amostra teórica final permitiu-nos, assim, avançar para a fase de codificação de dados, debruçando-nos especificamente sobre os oito casos citados e, dentro de cada um deles, nos vinte *posts* representativos do seu historial de publicações. Da seleção efetuada previamente, onde haviam sido detetadas vinte cinco publicações dedicadas a artefactos de produção nacional (as cinco primeiras após a data de início do projeto, cinco correspondentes ao segundo quarto da sua existência, cinco ao terceiro quarto e as dez últimas) foram agora retiradas cinco das últimas publicadas por forma a mantermos a uniformidade de representação de todos os períodos da duração da existência do projeto. Deste processo resultou um total de cento e sessenta textos (consultar lista de posts analisados) que, nesta fase, viriam a ser interpretados, catalogados e codificados, socorrendo-nos, novamente, do apoio do *software* de análise de conteúdos *NVivo*.

Nesta primeira etapa de codificação optou-se por uma estratégia essencialmente baseada em *focused coding* (Charmaz, 2006, p. 57) pois, tratando-se de exemplares que provinham de tipologias distintas entre si, o enfoque nas metodologias *word-by-word* ou *line-by-line coding* condicionariam os resultados obtidos. Esta foi uma decisão fundamental no que diz respeito à definição das classificações, conceitos e categorias a atribuir à

informação trabalhada, pois só desta forma conseguimos estabelecer designações que fossem totalmente transversais dentro da amostra.

Foi desta forma que, após as primeiras leituras dos conteúdos, e procurando abranger todas variações de dados que se verificaram, se procedeu à normalização e desenvolvimento da estrutura de análise dividida em duas etapas distintas, mas complementares.

1 - Classificações de fontes e definição das unidades de análise

A organização do processo de codificação é, regra geral, uma etapa de vital importância. Esta determina o esqueleto da nossa investigação, sendo mais do que apenas um ponto de partida pois estabelece, simultaneamente, o quadro analítico sobre o qual a nossa pesquisa se vai desenvolver. Ao contrário de outros métodos, em que existe uma lógica quantitativa subjacente e que operam com base em conceitos e categorias pré-definidas à partida, a abordagem da *grounded theory* desenvolve-se a partir das classificações, conceitos e categorias as quais emergem dos dados (Charmaz, 2006, pp. 45-46).

Como primeiro passo, no que diz respeito à organização da informação, foram estabelecidos os parâmetros que nos permitiram identificar cada uma das unidades de análise. Assim, estabeleceram-se quatro grandes grupos que correspondiam à classificação dos textos no que diz respeito ao seu enquadramento cronológico:

1. **PP – Primeiros Posts:** que classificava as publicações correspondentes às primeiras cinco disponibilizadas ao público;
2. **SQ – Segundo Quarto:** classificava as publicações disponibilizadas no período temporal correspondente ao segundo quarto da existência do projeto;
3. **TQ – Terceiro Quarto:** classificava as publicações disponibilizadas no período temporal correspondente ao terceiro quarto da existência do projeto;
4. **UP – Últimos Posts:** classificava as últimas publicações disponibilizadas.

Esta organização, em que as publicações foram distribuídas pelos períodos cronológicos em que foram disponibilizadas, permitiu-nos posteriormente desenvolver análises particulares sobre cada um destes “blocos cronológicos”, quer seja especificamente sobre cada um dos casos de estudo ou de forma mais abrangente, comparando mais do que um caso.

Encontrando-nos ainda num plano meramente técnico, e tendo esta ordenação o objetivo de classificar as publicações no que diz respeito aos seus atributos formais, adicionou-se a cada uma destes itens os seguintes atributos:

1. **Data de publicação;**
2. **Número de caracteres;**
3. **Número de comentários;**
4. **Número de imagens.**

Embora a designação assumida seja óbvia no que diz respeito aos conteúdos dos seus dados, este conjunto de informação permitiu-nos qualificar cada uma das unidades de análise quanto às suas propriedades mais básicas.

Por fim, foi ainda assumida uma classificação transversal a todas as publicações, denominada de “**referência**”, que incluía os seguintes atributos:

1. **Data de acesso;**
2. **Descrição;**
3. **Keywords;**
4. **Tipologia;**
5. **Título;**
6. **URL;**
7. **Última atualização.**

De referir que, ao contrário da situação anterior — em que os valores correspondentes a cada atributo foram facultados pelo investigador —, neste caso os valores referentes foram recolhidos pelo software *NVivo* através da metainformação disponibilizada automaticamente pelas plataformas.

2 - Categorias e conceitos

Na fase de levantamento de conceitos optou-se, inicialmente, por uma codificação aberta, nomeando os indícios analisados de forma conceptual em detrimento de simples descrições do seu conteúdo. Tal como nos referem Eugénia Fernandes e Ângela Maia esta abordagem torna o processo mais rico e eficaz pois os conceitos e categorias conceptuais permitem trabalhar um maior número de dados simultaneamente (Fernandes & Maia, 2001, p. 56).

Esta foi uma etapa que ocorreu através de diversas iterações com as unidades de análise, em permanente retificação das designações dos conceitos identificados, tornando assim, cada um deles, mais abrangente e transversal a todo o universo dos casos estudados. A identificação destes padrões comuns permitiu-nos, não só estabelecer conceitos mais amplos, mas, simultaneamente partir para a definição das categorias em que cada conceito se encaixaria. Este procedimento possibilitou a distribuição dos conceitos pelas categorias correspondentes, existindo inclusive o caso de alguns que, simultaneamente, viriam a pertencer a mais do que uma categoria, como é o caso das passagens inicialmente rotuladas com o conceito de “Informação técnica” que viriam a ser catalogadas nas categorias “Texto principal” e “Comentários” — indicando

portanto que a informação técnica disponibilizada pela plataforma surgia, quer pelo autor do projeto, quer pelos indivíduos que comentavam os seus artigos.

A conclusão desta fase de divisão dos dados em unidades manipuláveis, da sua organização, da procura dos padrões que deles emergiam e da identificação dos conceitos neles presentes, deu origem à seguinte tabela de conceitos e categorias, através da qual se procedeu à análise qualitativa dos conteúdos:

Categorias	Conceitos	Sub-Conceitos
Artefacto	Nome de artefacto	
Cliente	Autónomo	
	Estado	
	Privado	
Comentários	Acrescenta informação	Histórico
		Técnico
	Correção	
	Pessoal – emocional	
	Promoção pessoal	
	Requisita informação	
Designer	Autoria	
Visibilidade	Eventos	
	Prémios	
Imagens	Imagem original	
	Imagem Terceiros	Fonte analógica
		Fonte digital
Influências	Movimentos	
Produtor	Empresa	
Texto principal	Citação	
	Biográfico	
	Promoção / divulgação	
	Link	
	Pessoal_emocional	
	Referências	
	Técnico	

Tabela 4 - conceitos e categorias identificados

V.2.5 - Análise qualitativa dos dados - *Memo-writing*

Como vimos anteriormente, a nossa amostra era constituída agora por oito plataformas da tipologia de *blog* que, sendo esta uma das primeiras formas de *social media*, se encontra hoje entre as formas mais ricas de publicação de conteúdos pessoais, informais e coletivamente aditivados por comunidades de seguidores que, em conjunto, dão origem a nova informação.

Embora o nosso foco se centre nos discursos que estas plataformas disponibilizam, encontramos neste grupo alguns exemplos em que a ausência de texto se dá praticamente por completo, limitando-se a desempenhar um papel de divulgadores de imagens a partir das quais as comunidades associadas poderão, eventualmente, dar continuidade na construção de novos conteúdos, quer seja como simples comentadores dos artigos publicados ou utilizando esta informação para dar origem a novos conteúdos.

Sendo esta uma realidade muito evidente nas *social technologies*, e uma das representações mais singulares no que diz respeito à criação de conhecimento partilhado, a sua presença neste estudo é de vital importância, nomeadamente na aferição da existência, ou não, desta tipologia de dinâmicas na nossa realidade nacional.

A análise individual e detalhada, que de seguida se apresenta, surge assim como uma “leitura” transversal do panorama da produção de conteúdos socialmente mediados em Portugal — que têm como foco a história da produção de artefactos portugueses — e que se desenvolvem exclusivamente através das *social technologies*.

CASO 1**Dados da plataforma**

Nome	Publisite		
Endereço URL	http://estespublicitarios.blogspot.pt/		
Data de início	Outubro de 2009		
Média de visitas	Entre 10 a 50 por dia	Total de visitas	30000
Média de publicações	Uma por dia	Média de comentários	Menos de 5 por post

Dados do autor

Autor	Fado Sou (pseudónimo)		
Idade do autor	60		
Habilitações	licenciatura	Profissão	N/d

Análise qualitativa dos conteúdos

Apresentando, desde Outubro de 2009, uma significativa regularidade na publicação de um *post* diário, o *blog* Publisite é uma iniciativa de um único autor que se identifica sob o pseudónimo de "Fado Sou". Afirmando o seu fundador que, em média, destina a esta atividade entre uma a quatro horas diárias, este dedica-se exclusivamente à seleção, digitalização e divulgação de anúncios publicitários publicados em jornais e revistas no início do século XX.

Revelando assim a quase ausência de informação escrita adicional, remetendo-se apenas, e pontualmente, a alguma informação biográfica histórica — como datas e os nomes das publicações de onde são retiradas as imagens —, esta é uma prática que tem resultado na constituição de uma relevante mostra, informal e pessoal, do historial dos primórdios da publicidade impressa em Portugal.

Assumindo que o faz apenas por "*satisfação pessoal*", renegando assim qualquer outra ambição para o projeto que não, apenas, a de divulgar um conjunto de artefactos comunicacionais de grande valor simbólico para si, esta é uma iniciativa que conta com a média de entre 10 a 50 consultas diárias e que, até agosto de 2014, totalizava cerca de 30000 visitas.

A sua estrutura formal típica de plataforma de *blog*, constituída por um *post roll* e alguns *widgets* — como uma área dedicada a publicações em destaque, uma lista de *blogs* selecionados pelo autor, a listagem de *tags* usadas para a catalogação dos *posts* e um arquivo do historial de publicações — este faculta, por defeito, o acesso à informação de forma cronológica invertida, apresentando a publicação mais recente em primeiro

lugar. Contudo, a disponibilização de uma ferramenta de pesquisa, bem como a já referida navegação por *tags* e a listagem do histórico de publicações, permite um rápido acesso a todos os dados arquivados.

No que diz respeito exclusivamente à análise dos seus conteúdos, a ausência de um discurso escrito sobre a visão do autor acerca das suas escolhas não nos permite desenvolver outra tipologia de análise que não seja a de uma interpretação meramente especulativa sobre as imagens apresentadas.

O conjunto de publicações analisadas demonstra-nos que existe uma predileção por anúncios onde a imagem, sobretudo o desenho/ilustração, desempenha um papel importante.

Sabendo de antemão que, à altura, esta era uma prática dispendiosa — e, assim, menos recorrente —, podemos concluir que o autor revê nos exemplares que elege para publicação uma qualidade artística individual icónica que, dessa forma, fundamenta a sua seleção.

A escolha das imagens ocorre sempre a partir de outras fontes digitais (fig. 38), pelo que podemos afirmar que o autor se coloca no papel de curador face à informação disponibilizada *online*, construindo a sua própria visão desta realidade histórica através da seleção e exclusão de artefactos presentes num património já à partida circunscrito.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 1 [ENUMERAÇÃO]

	0	5	10	15	20
ARTEFACTO	2				
COMENTÁRIOS					
Acrescenta Informação					
HISTORICISTA					
TÉCNICA					
Correção					
Pessoal / Emocional					
Promoção Pessoal					
Requisita Informação					
DESIGNER / AUTOR					
IMAGEM					20
Originais					
Terceiros					20
Fontes Analógicas					
Fontes Digitais					20
INFLUÊNCIAS / MOVIMENTOS					
PRODUTOR / EMPRESA	4				
TEXTO PRINCIPAL	7				
Biográfico / Historicista	7				
Citação					
Links					
Pessoal / Emocional					
Promoção / Divulgação					
Referências					
Técnico					
VISIBILIDADE					
Evento					
Prémios					

Fig. 38 - Caso 1, categorias e conceitos / enumeração

Como se verifica na figura 39, a presença de comentários às publicações é praticamente inexistente, reconhecendo-se a clara preponderância das imagens sobre os restantes elementos. Torna-se assim igualmente perceptível que o esforço pessoal que o autor desenvolve diariamente se deve, essencialmente, à motivação pessoal intrínseca de preservar e divulgar um património histórico comum, por si altamente valorizado.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 1 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

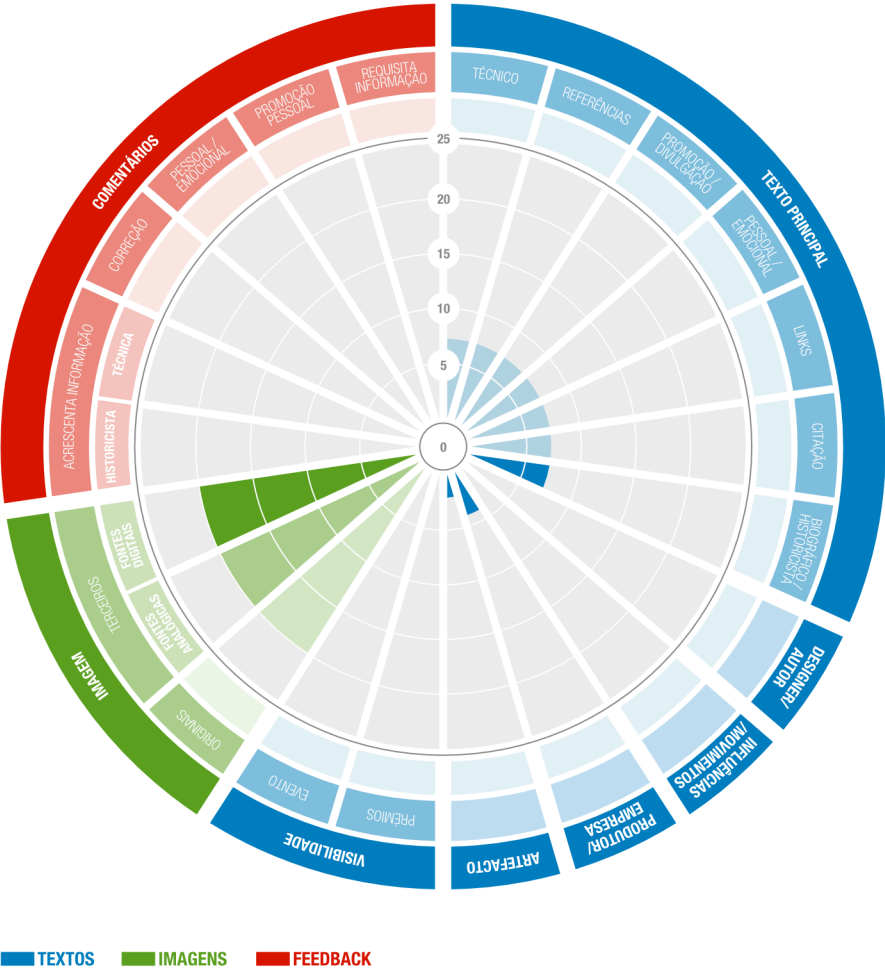


Fig. 39 - Caso 1, categorias e conceitos / dispersão conceptual

É sobre este espólio que as *social technologies* permitem agora, de forma autónoma, expandir socialmente este ato colecionista que, embora igualmente altamente personalizado, tradicionalmente se mantinha apenas restrito à esfera social mais próxima dos seus autores.

CASO 2**Dados da plataforma**

Nome	Cerâmica Modernista em Portugal		
Endereço URL	http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/		
Data de início	Julho de 2011		
Média de visitas	Entre 50 e 200 visitas por dia	Total de visitas	95131
Média de publicações	Menos de uma publicação mensal	Média de comentários	Menos de 5 por post

Dados do autor

Autor	Rita Gomes Ferrão		
Idade do autor	44		
Habilitações	Diploma de Estudos Avançados em História da Arte Contemporânea	Profissão	Investigadora

Análise qualitativa dos conteúdos

O projeto *Cerâmica Modernista em Portugal* é uma iniciativa individual da autoria de Rita Gomes Ferrão, investigadora na área dos Estudos Avançados em História da Arte Contemporânea.

Embora se encontre entre os *blogs* mais “jovens” no universo de plataformas estudado, e a sua cadência de publicação seja bastante baixa — limitando-se à média de menos de uma por mês — este é um projeto que apresenta um número significativo de visitas diárias (entre 50 a 200), revelando, à altura, o cômputo de quase 100000 visitas no total da sua curta existência.

Apresenta, à partida, um território de intervenção muito definido — caracterizado imediatamente pelo nome do *blog* — onde a autora se propõe a divulgar a história do que foi, e tem sido, a influência do movimento modernista na cerâmica em Portugal, não se restringindo exclusivamente à produção nacional, mas antes, desenvolvendo intensos estudos onde relaciona a realidade internacional, desta tipologia de artefactos, com o seu impacto na sociedade portuguesa, revelando a cadeia de influências e relações que, em muitos casos, viriam, por último, a ser determinantes no âmbito da nossa produção nacional.

Grande parte do seu aparente sucesso se deverá, certamente, ao empenho que a autora coloca em cada uma das suas profundas e muito ilustradas publicações que, em média, apresentam 5275 caracteres e 17 imagens. Abordando a temática de cada publicação quase sempre a partir de um dos vértices autor, artefacto ou produtor, a autora desenvolve depois

a sua narrativa conciliando estes três atributos, procurando sempre que possível esclarecer o seu enquadramento no contexto social, artístico e económico em que surgem, se desenvolvem e, muitas vezes, desaparecem. Neste contexto, o seu discurso assume um carácter eminentemente técnico, detalhado e referenciado, escusando-se assim a apreciações estéticas de índole pessoal e/ou emocional (fig. 40).

Paralelamente à disponibilização desta tipologia de publicações, que acontece sob o formato de *blogroll*, a plataforma apresenta um conjunto de valências adicionais que complementam a informação publicada regularmente. Verifica-se a existência de uma página dedicada à descrição do projeto e uma outra de "*créditos*", onde é apresentada uma biografia da autora bem como outras informações relativas aos conteúdos divulgados no *blog*. Sempre presente na estrutura da plataforma apuramos ainda a presença de uma zona de informação adicional, constituída por uma área de texto de promoção de publicações editoriais, uma lista referente ao arquivo dos *posts* publicados e outra relativa aos recentemente atualizados. Confirma-se ainda a existência de uma caixa de pesquisa, uma ferramenta de tradução automática dos conteúdos, uma seleção de "ligações úteis", a informação do número total de visitas ao *blog* e uma listagem dos *tags* utilizados na catalogação das publicações que, assim, permitem uma navegação muito mais rápida no que diz respeito a temas concretos.

A análise de conteúdos desenvolvida permite-nos concluir que estamos perante um projeto muito completo e detalhado. Tal como podemos observar na figura 41, no que diz respeito às imagens, a autora apresenta um elevado índice de imagens de sua autoria, não excluindo, no entanto, o seu reforço com outras imagens originárias de terceiros, quer de fontes analógicas ou digitais.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 2 [ENUMERAÇÃO]

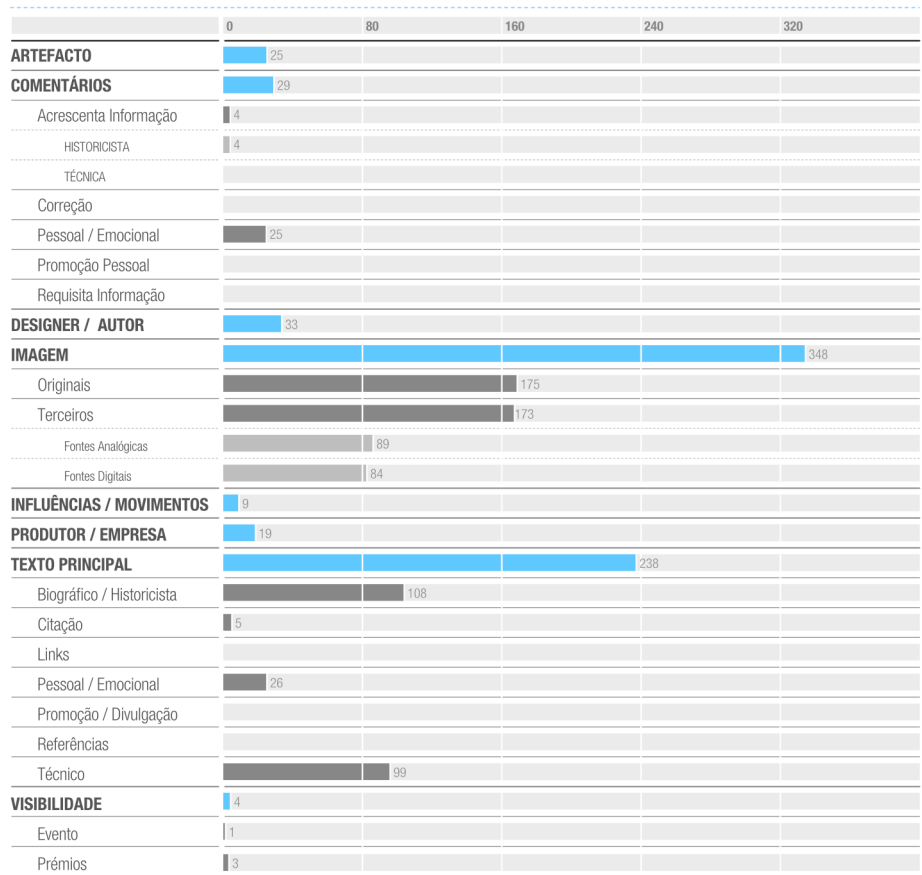


Fig. 40 - Caso 2, categorias e conceitos / enumeração

O texto, predominantemente de índole historicista, é também ele enriquecido com muita informação técnica, algumas considerações pessoais e ainda citações de outros autores. Verifica-se ainda uma grande variedade de outro tipo de informação relacionada com a enumeração de artefactos, dos seus autores, dos seus produtores e, ainda, sobre a visibilidade do design português.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 2 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

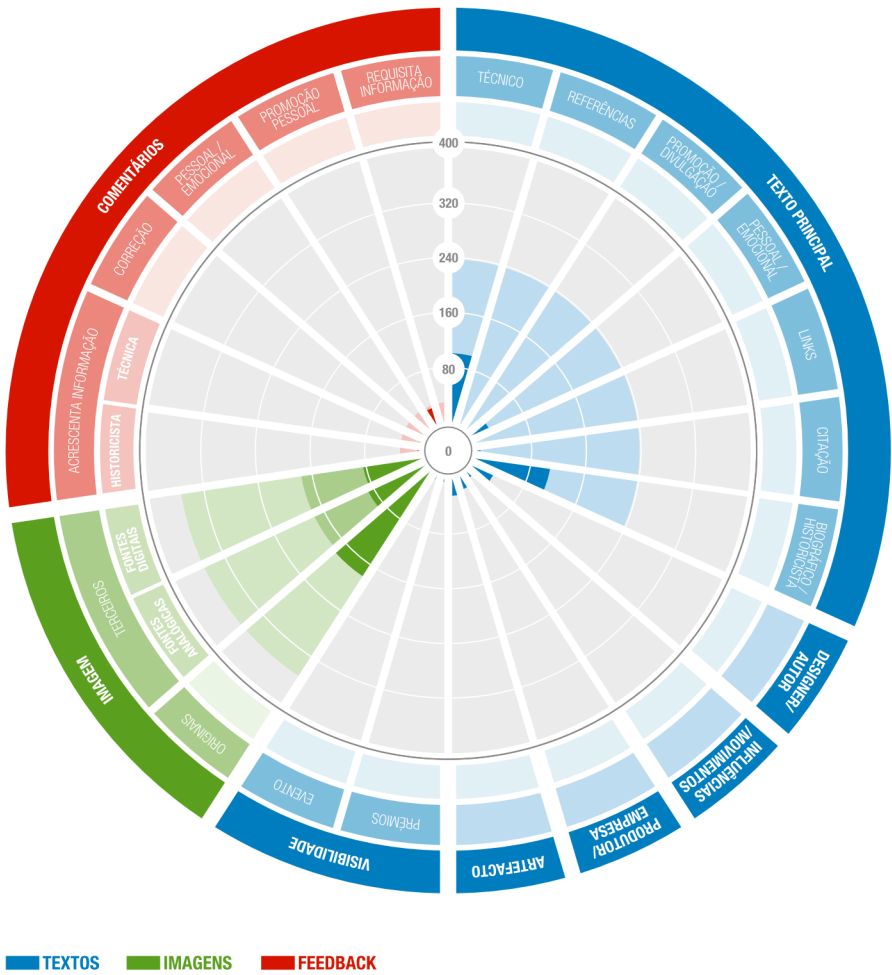


Fig. 41 - Caso 2, categorias e conceitos / dispersão conceptual

A análise ao conjunto das 30 palavras mais usadas pela autora (fig. 42), permite-nos igualmente observar como o seu maior enfoque é caracterizado por denominações objetivas referentes à realidade estudada, verificando-se a ausência quase total de qualquer adjetivo que qualifique os substantivos usados, sublinhando assim o carácter eminentemente técnico do discurso.



Fig. 42 - Caso 2 / As trinta palavras mais usadas

É, portanto, um trabalho muito influenciado pelas metodologias de investigação no âmbito da história da arte e que, embora já muito detalhado e pormenorizado, é assumido pela autora como se encontrando numa fase de “desenvolvimento”, como fica claro pelas sucessivas solicitações que surgem no texto para que os leitores colaborarem com informação adicional⁵⁴.

Esta é uma prática especialmente assumida da publicação ST2, com o título “*Cinzeiros 630 – Aleluia*”, onde incita diretamente os seus leitores a ajudar no recolher de informação em falta sobre uma coleção específica de cinzeiros produzidos pela fábrica Aleluia. Nesta publicação encontramos este apelo logo no primeiro parágrafo do texto — ao contrário da maioria dos restantes casos onde este surge apenas no fim — sendo o restante da publicação constituída por uma tabela onde a informação recebida viria a ser inserida (fig. 43).

⁵⁴ Consultar na lista de *posts* analisados (anexos) os casos: PP 1 - Saleiros e Pimenteiros – SECLA: “Qualquer esclarecimento sobre as peças publicadas ou a datação das marcas de fábrica será muito apreciado”, PP3 - Pequeno prato - Raul da Bernarda – “O número 615, tanto pode referir-se ao modelo da peça como ao motivo decorativo, quaisquer informações a esse respeito poderão aqui ser adicionadas” ou TT 5 - Tipos populares portugueses II - Fernando da Ponte e Sousa - SECLA “CPM* agradece todos os novos dados que possam surgir, tanto sobre as figuras como sobre as suas marcações”.

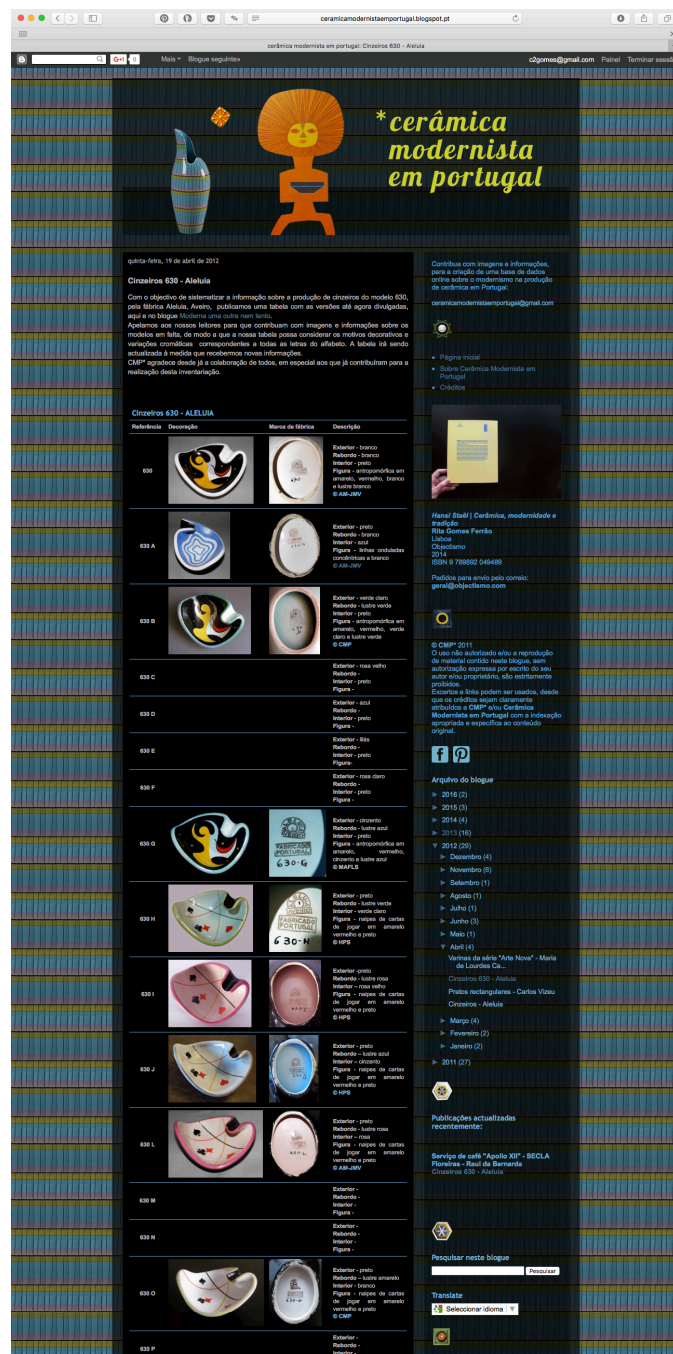


Fig. 43 - Tabela "Cinzeiros 630 – Aleluia" destinada a ser preenchida com informação proveniente dos leitores.

Verifica-se, portanto, que embora praticamente toda a abordagem do projeto se centre em metodologias de referência de carácter científico, a opção pelo uso das *social technologies* não se limita apenas a uma ferramenta de divulgação do trabalho desenvolvido, mas antes a um instrumento de pesquisa adicional considerado relevante para a

investigação. Como vimos, a integração do *feedback* dos seus seguidores é uma realidade que acontece, não só de forma espontânea, mas também como resultado de uma estratégia praticada pela autora.

Contudo, observando os dados recolhidos, verifica-se que a participação de elementos externos ao projeto não acontece de forma massiva, verificando-se a existência de comentários em apenas 45% dos casos analisados. No mesmo sentido, é igualmente interessante verificar que estes são maioritariamente caracterizados por depoimentos de índole pessoal e emotiva, sendo que em apenas 15% dos casos se verificou a existência de observações que acrescentaram nova informação, técnica ou histórica, à previamente disponibilizada pela autora.

Esta é, no entanto, uma conjuntura que se altera quando observamos a atividade das duas iniciativas que a autora mantém associadas ao projeto⁵⁵ que, dessa forma, expandem e complementam os conteúdos disponibilizados através do *blog*. Embora estes dois casos não se enquadrem no âmbito da nossa investigação, uma rápida análise permite-nos observar que, no que diz respeito ao *Pinterest*, encontramos um conjunto muito extenso de imagens alusivas ao universo da cerâmica modernista, organizadas em diferentes categorias relacionadas — mais uma vez — com a trilogia autores, tipologias de artefactos ou produtores, e que no *Facebook* nos deparamos com publicações rápidas divididas em dois grandes grupos: 1) republicação de notícias relacionadas com o tema da cerâmica, provenientes de fornecedores externos; e 2) anúncios da própria autora referentes a diversos eventos: desde exposições, notícias generalistas ou apenas indicações alusivas à publicação de novos *posts* no seu *blog*. Um dos factos que se observou, ainda referente à página do *Facebook*, diz respeito ao elevado número de comentários que se observam por publicação, o que se constituirá, só por si, como um forte indicador de que esta tipologia de plataforma será mais convidativa à participação de elementos externos do que a estrutura de *blog*.

Podemos assim dizer que estamos na presença de um projeto de investigação altamente especializado, que encontra nas *social technologies* uma ferramenta ótima para a divulgação dos seus resultados, sendo que, em simultâneo, desenvolve neste espaço uma série de novos mecanismos que lhe permite interagir com os seus públicos, recebendo de volta informação adicional que, por vezes, se revela pertinente para o tema estudado.

⁵⁵ Uma página de *Facebook* (<https://www.facebook.com/Cerâmica-Modernista-em-Portugal-132651503522386/>) e um arquivo de imagem alojado na plataforma *Pinterest* (<https://pt.pinterest.com/pincmp/>).

CASO 4**Dados da plataforma**

Nome	Rodas de Viriato		
Endereço URL	http://rodasdeviriato.blogspot.pt/		
Data de início	Outubro de 2006		
Média de visitas	Entre 500 e 1000 visitas por dia	Total de visitas	1571809
Média de publicações	Uma publicação diária	Média de comentários	menos de 5 por <i>post</i>

Dados do autor

Autor	João Bragança		
Idade do autor	38		
Habilitações	Mestre em Ciências de Educação	Profissão	Professor

Análise qualitativa dos conteúdos

Abrangendo a autodenominada temática de *"Tudo o que sejam veículos concebidos, projetados, fabricados ou montados em Portugal ou por portugueses"*, a plataforma *"Rodas de Viriato"* apresenta publicações regulares diárias desde Outubro de 2006. Da autoria de João Bragança, um professor, Mestre em Ciências da Educação na vertente de Tecnologias Educativas, este projeto caracteriza-se essencialmente pela divulgação do património histórico da imprensa especializada no tema, exibindo recorrentemente *posts* constituídos por texto e imagens originais em que diversas tipologias de publicações editoriais, como jornais, livros e revistas se encontram entre as suas fontes primárias.

Nas palavras do seu autor, esta é uma iniciativa que tem como objetivo *"Conhecer e divulgar o que se fez e faz em Portugal sobre veículos, usando a Internet para chegar a todo o lado, evitando que se perca o nosso património e deste modo criar condições para que outros possam arriscar novas ideias e projetos"*. Com este propósito em mente e o esforço diário do seu autor, a plataforma assume hoje uma importância clara no que diz respeito à divulgação do tema através das *social technologies*, apresentando os muito relevantes números de entre 500 a 1000 visitas diárias, num número total de 1571809 — à data de agosto de 2014.

Caracterizando-se por publicações relativamente curtas, com 549 caracteres, em média, por *post*, mas sempre ilustradas (com a média de 4 imagens por *post*), o discurso do autor desenvolve-se maioritariamente partindo das imagens apresentadas, comentando-as tanto ao nível técnico — indicando muitas das particularidades mecânicas dos artefactos em

causa — como ao nível pessoal e emocional, expressando a sua própria opinião, quer seja sobre as particularidades estéticas ou sobre a sua exclusiva relação afetiva com o mesmo. Isto é particularmente observável nas publicações: *"UP1 - Tricarro Famel com cabine fechada recuperado"*⁵⁶ e *"UP5 - Folheto da motorizada Vilar Cross"*⁵⁷.

Contudo, é na referência específica a marcas e produtores que o autor centra maioritariamente a sua atenção. Nas vinte publicações estudadas, em todas elas, sem exceção, são apresentados artefactos onde a marca é explicitada, sendo, na maioria dos casos, acompanhadas da informação da empresa produtora. Esta é claramente uma abordagem estratégica privilegiada pelo autor, em que alguns casos assume mesmo a particularidade de no texto quase só constar esta tipologia de informação⁵⁸.

Como podemos observar na figura 45, verifica-se que os seus conteúdos, ao nível do texto principal, revelam esse grande pendor técnico, que, contudo, é bastante complementado com dados biográficos e históricos, *links* para outras plataformas digitais e as já referidas apreciações pessoais do autor. Esta informação, que é ainda populada pelos dados concretos referentes à tipologia de artefacto e os seus produtores, apresenta uma visão bastante rica sobre os assuntos apresentados. Como podemos igualmente observar no quadro (fig.44), continua ausente qualquer tipo de informação explícita sobre a autoria pessoal dos referidos artefactos, sendo, neste contexto específico, substituída pelos dados da empresa produtora. Esta é, contudo, uma circunstância expectável visto que, neste domínio específico, estamos perante uma realidade histórica em que estes elementos não eram valorizados nem comunicados explicitamente para o exterior.

⁵⁶ Quando diz: *"Tricarros como este da Famel, com uma recuperação simples, ganham uma vida capaz de ofuscar veículos que à partida pareciam ter uma vida mais promissora e brilhante."* *"Não tardará muito para que os tricarros de fabrico nacional comecem a ganhar destaque um pouco por todo o lado, não só a nível nacional, como internacional. E nesta última situação - a nível internacional - quando os amantes de veículos a motor com três rodas os descobrirem, não vão faltar museus, empresas e colecionadores a desejá-los. Entretanto o melhor é fazerem como neste caso, e verão que a vida tem outro sabor!"*.

⁵⁷ Onde afirma: *"Dizem que o poeta dizia que quem não conhece, não ama. E é verdade! Isto para dizer que quem não conhece os modelos de motorizadas fabricadas em Portugal, não as pode admirar e, muito menos, respeitar. É sabido que muitos defendem a ignorância, pois é mais fácil fazer com que os outros pensem como eles querem. Assim se faz com que muitos gastem dinheiro em veículos de marca estrangeira - dizem eles que são veículos a sério! Nós, pelo contrário, gostamos de fazer com que cada um pense por si. Pensem um pouco e digam lá se esta motorizada Vilar Cross não está ao nível de qualquer outra motorizada estrangeira do mesmo tipo? ... E não me venham com conversas de potência, inovação, rendimento... Quem vos ouvir a falar, deve julgar que na vossa mesa só entra lagosta e sapateira, fresca e acabada de apanhar... E na vossa cama só param virgens, pelo menos uma nova a cada noite!"*.

⁵⁸ Ver: *"PP1 - Casal Carina"*, *"PP2 - Portaro 260 DCM"* e *"TT2 - Miniatura UMM Cournil da GNR da ModEna"*.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 4 [ENUMERAÇÃO]

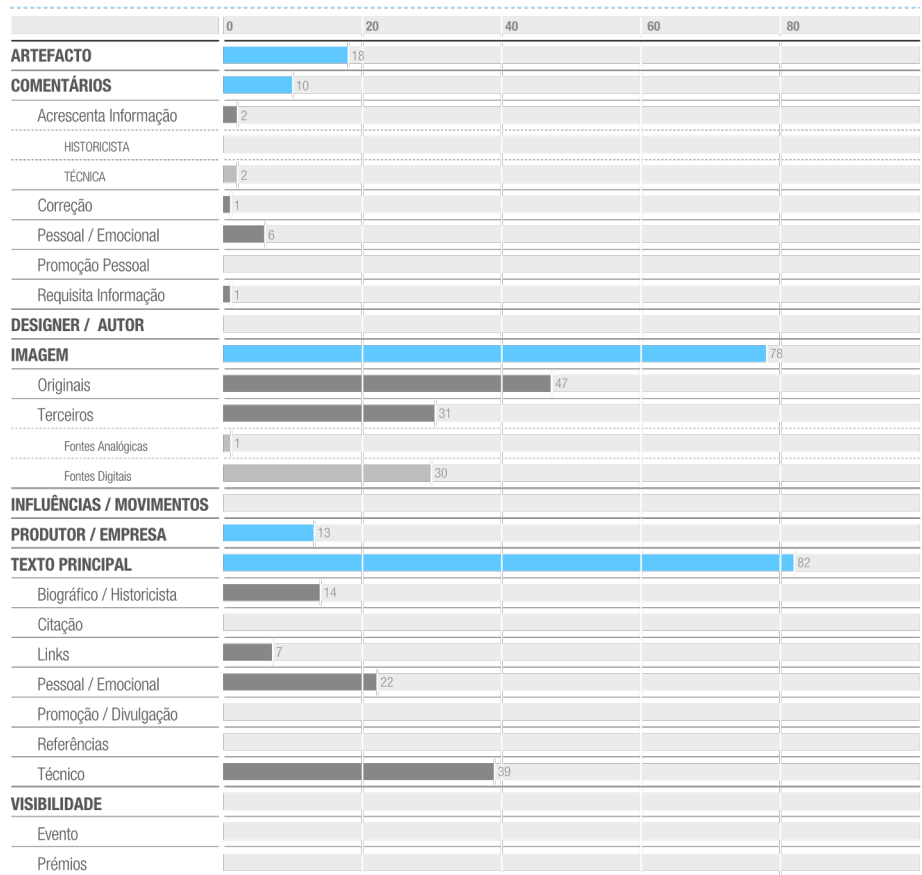


Fig. 44 - Caso 4, categorias e conceitos / enumeração

O levantamento relativo às imagens utilizadas confirma-nos igualmente a preponderância de exemplares originais que são disponibilizados pelo autor, nomeadamente através da digitalização de publicações analógicas antigas, que, contudo, são igualmente complementadas com outras reproduções que provêm de outras fontes digitais.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 4 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

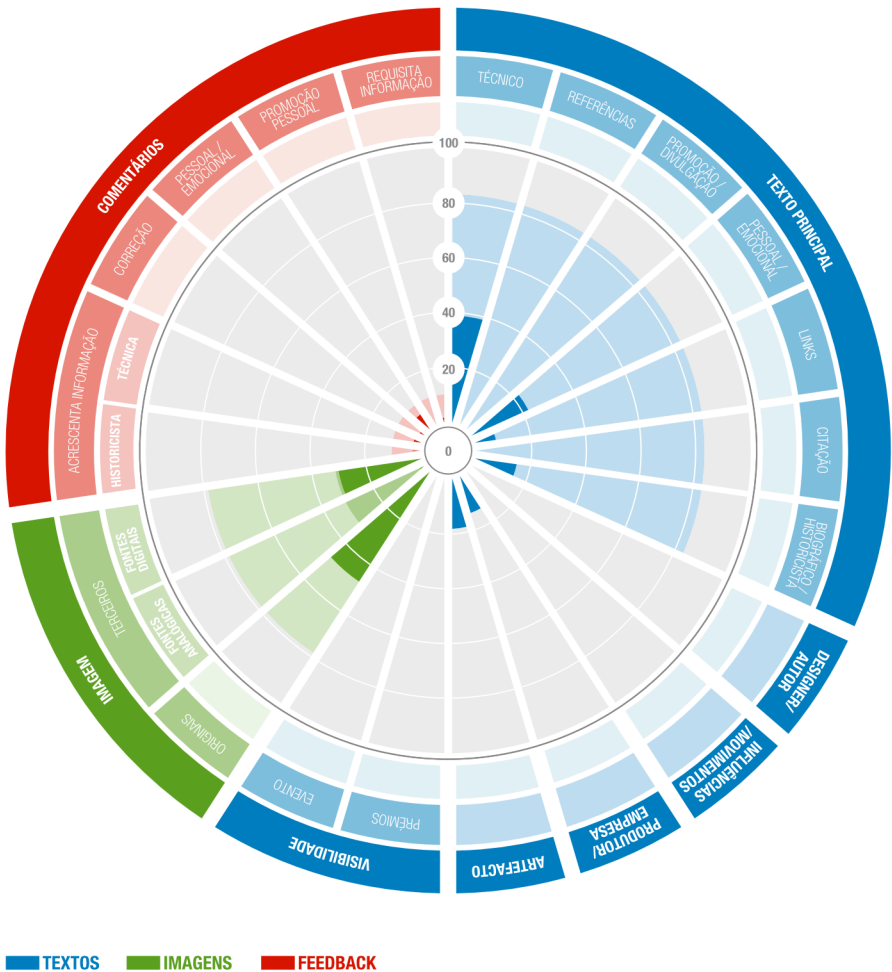


Fig. 45 - Caso 4, categorias e conceitos / dispersão conceptual

O panorama que a codificação dos textos nos apresenta torna-se ainda mais explícito quando analisamos o conjunto de palavras mais usadas pelo autor (fig. 46). Como podemos observar, para além do termo “rodas” — estreitamente relacionado com o título do blog — existe uma clara predominância de denominações associadas à identificação da tipologia dos veículos, aos seus componentes e até às suas marcas. Contudo, embora o autor apresente frequentemente considerações pessoais sobre os artefactos expostos, não se confirma que estas sejam de natureza excessivamente qualitativa, pois a ausência de adjetivos neste grupo, à exceção do termo “melhor”, indica-nos que estamos perante conteúdos relativamente neutros no que diz respeito a essa apreciação.



Fig. 46- Caso 4 / As trinta palavras mais usadas

Quanto à estrutura geral da plataforma, observamos a existência de uma multiplicidade de espaços de informação adicional onde se apresentam, desde dados técnicos relativos ao *blog*, como é o caso de um contador do número de visualizações, a espaços publicitários que o próprio autor disponibiliza para alugar a terceiros. Particularmente esta última característica é uma singularidade que distingue este projeto da maioria dos restantes que incluímos na nossa investigação, pois, neste caso em concreto, notamos a implementação de uma estratégia de rentabilização da visibilidade do projeto, assumida e promovida pelo autor. A presença de uma caixa informativa, no canto superior direito, com as instruções de como publicar no *blog*, é a materialização explícita dessa estratégia que, numa linguagem direta, clara e informal, promove os principais indicadores da visibilidade do projeto procurando, dessa forma, cativar potenciais interessados. Esta é uma prática que aparenta ser bastante relevante para o projeto, pois a publicidade a entidades externas ao projeto acaba por estar presente um pouco por todos os espaços disponíveis para esse efeito. Paralelamente encontramos também alguns espaços de promoção à venda de artefactos, aparentemente da responsabilidade do próprio autor, dedicando-se exclusivamente à comercialização de peças de veículos, novas e usadas, réplicas em miniatura de algumas das mais emblemáticas viaturas portuguesas e exemplares de edições clássicas de diverso material impresso da especialidade.

O leque de informação complementar disponibilizado pelo *blog* estende-se ainda a diversas outras ferramentas de promoção da interação com os seus utilizadores. Entre elas destacamos a disponibilização de um “Quadro de mensagens” rápidas através do qual se podem colocar questões ao autor da plataforma, as quais, por norma — e tal como observado por nós —, são alvo de resposta rápida. Esta é uma funcionalidade que acaba por funcionar como um pequeno fórum onde as perguntas e respostas são partilhadas com o público em geral.

Para além destas ferramentas, encontramos ainda algumas das características comuns à grande generalidade das outras plataformas de *blog*, tais como a disponibilização de um arquivo das publicações e a listagem das *tags* mais usadas na sua categorização, sendo que também neste aspeto esta iniciativa se diferencia da maioria das restantes, pois complementa esta oferta com uma listagem das publicações mais populares e uma outra listagem relativa a publicações que dizem respeito especificamente a manuais e catálogos de algumas das viaturas produzidas em Portugal.

No que diz respeito às observações efetuadas diretamente através dos comentários disponibilizados nas publicações, podemos afirmar que, de forma geral, estamos na presença de uma realidade muito pobre, semelhante à verificada na maioria dos casos analisados, em que apenas 30% dos *posts* foram comentados, sendo que apenas 10% apresentam mais do que um comentário (fig.45). Verifica-se, no entanto, uma maior diversidade no que diz respeito à sua tipologia, identificando-se casos onde esta prática permitiu corrigir alguma da informação disponibilizada pelo autor⁵⁹, situações em que se verificou que foi acrescentada informação pertinente⁶⁰, para além dos discursos mais recorrentes inerentes às considerações pessoais de natureza afetiva. Verificou-se igualmente um caso onde esta funcionalidade foi usada no sentido de solicitar mais informação ao autor sobre o artefacto publicado⁶¹, permitindo assim encetar uma prática de diálogo bidirecional com benefícios para ambos os interlocutores. De salientar ainda que esta é uma conduta que acontece em paralelo com o, anteriormente referido, “*Quadro de Mensagens*” por onde se processa muita da informação trocada entre o autor do projeto e os seus seguidores.

Complementarmente, existe ainda uma página de *Facebook*, denominada “*Rodas de Viriato – Blogue*” que, embora não surja publicitada no *blog*, funciona como apoio à divulgação das publicações disponibilizadas na plataforma principal, sendo constituída apenas pela

⁵⁹ Ver caso: “ST2 - UCAL BMX cromada com pneus de cor - Catálogo UCAL”.

⁶⁰ ver: “PP2 - Portaro 260 DCM” e “TT3 - Organização Sachs Portuguesa - Alfinete de lapela”.

⁶¹ Ver: “TT4 - Publicidade ao Jiptara e ao Minitara”.

disponibilização dos *links* das publicações do *blog* e, esporadicamente, por *links* de publicações de outros *blogs*. Mais uma vez, não podendo tirar conclusões objetivas, pois esta iniciativa encontra-se fora do universo investigado, mas verificamos que neste caso específico a página de *Facebook* apresenta fracos indícios de interação com os seus públicos, sendo praticamente nula a presença de comentários e mantendo-se os valores de *likes* e *shares* em números muito modestos.

CASO 6**Dados da plataforma**

Nome	Restos de Colecção		
Endereço URL	http://restosdecoleccion.blogspot.com/		
Data de início	Julho de 2009		
Média de visitas	Mais de 1000 visitas diárias	Total de visitas	1159195
Média de publicações	Entre seis e duas por semana	Média de comentários	menos de 5 por post

Dados do autor

Autor	José Augusto Leite		
Idade do autor	55		
Habilitações	3º ano de Engenharia Electrotécnica (IST)	Profissão	Sem ocupação

Análise qualitativa dos conteúdos

O projeto “Restos de Colecção” encontra-se claramente entre os mais completos arquivos de informação, ao nível nacional, construído a partir da iniciativa pessoal de um único autor, sendo o resultado da dedicação — de cerca de 7 horas diárias — de José Augusto Leite, um ex-empresário de 55 anos. Disponibilizando publicações diárias praticamente ininterruptamente desde Julho de 2009, totaliza — à data de setembro de 2014 — o muito significativo valor de 1159195 visitas, o que representa uma média de mais de 1000 visitas por dia.

Em resposta ao nosso inquérito, o autor assume que a sua principal motivação advém do facto de prestar “*um trabalho útil à sociedade e aos meios académicos, sem algum interesse económico*”. Manifestando que dedica todo o tempo disponível ao projeto por se encontrar sem atividade profissional, José Leite procura abordar temas históricos que compreendam “*todos os sectores de atividade artística, industrial, comercial e desportiva, basicamente até 1974*”. Para tal, apresenta uma plataforma de tipologia de *blog* muito personalizada, quer seja ao nível gráfico quer, especialmente, ao nível da sua estrutura de disponibilização de informação.

Assim, para além do tradicional *blogroll*, encontramos uma organização singular, sintetizada num menu horizontal superior, que nos permite:

1. voltar à *homepage*;
2. aceder a dois tipos de índice do *blog*, correspondendo o primeiro ao índice alfabético dos títulos das publicações e o segundo ao índice alfabético das temáticas abordadas;
3. consultar as últimas publicações atualizadas;

4. aceder às publicações através da sua categorização por "*dados históricos*", ou seja, agrupadas pela sua cronologia histórica e pelas temáticas "*política portuguesa*", "*cinema português*", dos "*teatros de Lisboa*", "*instituições bancárias*", "*companhias de seguros*" e "*estações de rádio*";
5. consultar todas as publicações referentes aos "*cinemas e teatros*" portugueses;
6. aceder ao "*ranking*" de artigos onde se pode encontrar uma lista dos *posts* mais visitados;
7. ter acesso aos dados de contacto direto com o autor.

Esta estrutura resulta num conjunto de páginas individuais, onde muitas delas são constituídas por listas de publicações cujos dados vão sofrendo atualizações regulares, como é o caso dos índices alfabéticos ou do *ranking*. Uma análise cuidada permitiu-nos concluir que este é um trabalho que é desenvolvido manualmente pelo autor, não se verificando a existência de qualquer ferramenta de auxílio a estas operações, nomeadamente que proceda à organização alfabética dos artigos ou à alteração automática das posições dos mesmos dentro da lista dos mais visitados. Este é, portanto, um trabalho de minúcia totalmente assegurado pelo autor, revelando assim, mais uma vez, a sua total entrega e compromisso com os dados disponibilizados ao público. Paralelamente a este conjunto de páginas encontramos ainda as listagens de *tags* usadas, de blogs seguidos pelos autores, dos seus seguidores através da rede do *blogger* e o arquivo geral dos *posts*, organizados pela ordem cronológica da sua data de publicação. Neste caso, estamos na presença de listas que são geradas automaticamente pela plataforma.

Esta estratégia cuidada na organização da disponibilização dos conteúdos, que se observa na estrutura da própria plataforma, aparenta estender-se também à tipologia dos artigos publicados, pois foram identificadas publicações claramente distintas no que diz respeito ao seu conteúdo, sendo esta uma prática que aparenta corresponder, também ela, a uma lógica previamente definida pelo autor.

É neste sentido que nos deparamos tanto com publicações muito sintéticas no que diz respeito ao texto e fortemente ilustradas, como com artigos profundos, com cerca de 4500 caracteres, onde existe uma relação lógica entre as imagens apresentadas — sempre presentes e em abundância — e a narrativa desenvolvida no texto. Os casos específicos dos *posts* PP3 - *Uns Anúncios Publicitários*, PP5 - *Publicações da Carris*, TT4 - *Cartazes Publicitários (8)* e UP4 - *Antigamente (101)* surgem assim como exemplo onde o autor se limita a expor imagens, maioritariamente icónicas

da história do design português, permitindo que estas assumam toda a responsabilidade de comunicarem a pertinência da sua seleção. Verificou-se igualmente, que nestes dois últimos casos estamos inclusive na presença de dois temas recorrentes que vão sendo atualizados com novas imagens, indicando no título da publicação a seriação a que estes correspondem, sendo que nestes casos específicos é apresentada a oitava publicação respeitante ao tema “Cartazes Publicitários” e a centésima primeira do tema “Antigamente”.

Por outro lado, exemplos como os casos PP2 – *Sport Lisboa e Benfica*, ST3 – *Paquete “África”*, ST5 – *Estabelecimentos Valentim de Carvalho* e TT1 – *Vidago Palace Hotel* adotam um paradigma completamente distinto, recorrendo ao texto como o elemento condutor de uma narrativa que vai sendo ilustrada com diversas imagens que complementam o seu raciocínio.

Estes são ainda artigos que se caracterizam por procurar explorar um tema específico na sua totalidade. Torna-se nítido que o investimento que o autor aplica nestes casos é elevado pois, em cada um dele, encontramos a presença de uma narrativa de índole cronológica muito completa, que compreende desde o surgimento do artefacto ou da temática abordada até aos tempos mais recentes, e apresentando indícios claros da presença de fontes de informação distintas e complementares, quer seja na composição do texto quer na seleção das imagens apresentadas.

O discurso utilizado pelo autor evidencia uma forte conotação jornalística, pois, embora se trate de uma abordagem eminentemente historicista, este fá-lo de uma forma sintética, limitando-se à enumeração de informação factual relacionada com o tema em questão, abstendo-se de a tentar relacionar com outros tópicos, possivelmente relacionados, ou de avançar com quaisquer observações ou conclusões que pudessem emergir dos dados tratados.

É assim, sem surpresa, que a análise de conceitos nos revela claramente esta realidade. Como podemos na figura 47, estamos perante conteúdos onde a perspetiva biográfica e historicista impera, sendo praticamente dominadora, seguida de algumas (poucas) indicações de referências externas e citações, e, quase residualmente, observações técnicas, considerações pessoais e indicações de *links* para outros conteúdos digitais.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 6 [ENUMERAÇÃO]

	0	75	150	225	300
ARTEFACTO	4				
COMENTÁRIOS	24				
Acrescenta Informação	4				
HISTORICISTA	3				
TÉCNICA	1				
Correção	2				
Pessoal / Emocional	17				
Promoção Pessoal					
Requisita Informação	1				
DESIGNER / AUTOR					
IMAGEM					332
Originais					
Terceiros					332
Fontes Analógicas					
Fontes Digitais					332
INFLUÊNCIAS / MOVIMENTOS					
PRODUTOR / EMPRESA					
TEXTO PRINCIPAL			210		
Biográfico / Historicista			181		
Citação	6				
Links	2				
Pessoal / Emocional	4				
Promoção / Divulgação					
Referências	13				
Técnico	4				
VISIBILIDADE					
Evento					
Prémios					

Fig. 47 - Caso 6, categorias e conceitos / enumeração

Da mesma forma, no que diz respeito às imagens, encontramos um cenário de completa predominância de outras fontes digitais, sendo este um forte indicador da dependência externa a que projeto está sujeito.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 6 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

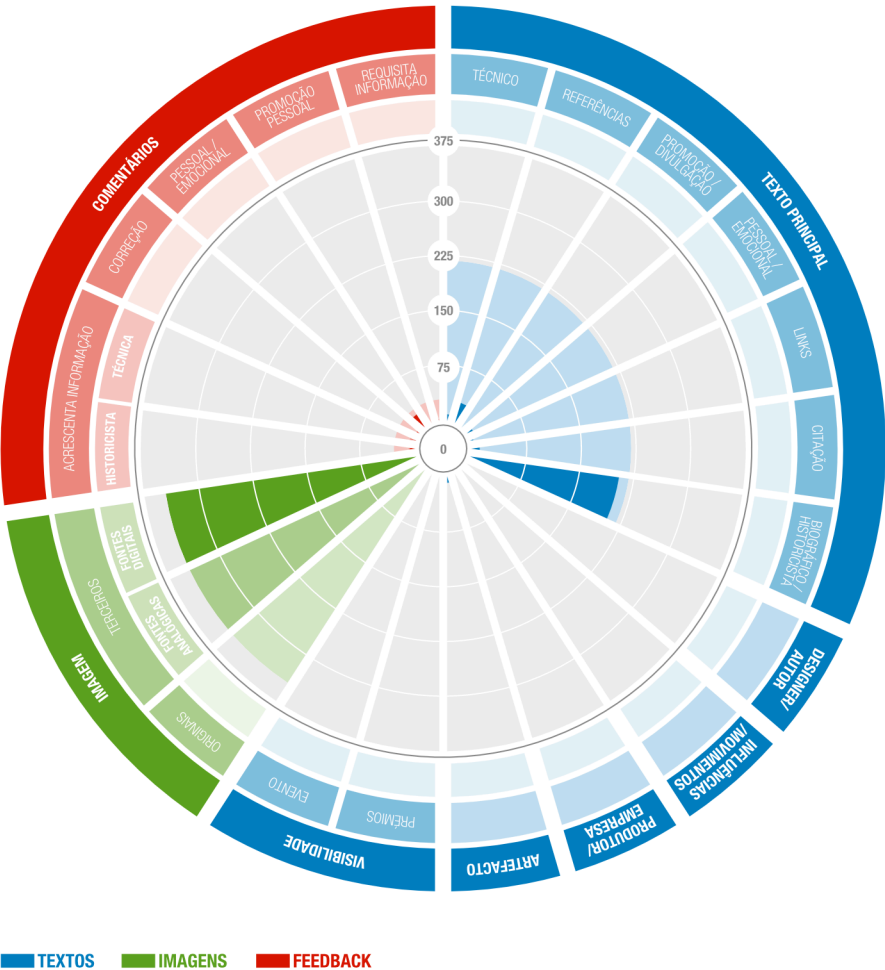


Fig. 48 - Caso 6, categorias e conceitos / dispersão conceptual

A análise ao conjunto das 30 palavras mais usadas nos artigos analisados (fig. 49), permite-nos ainda concluir que existe uma clara predominância geográfica nas escolhas dos temas. Contudo, para além da já citada abordagem factual, onde a ausência de adjetivos é notória, não se observa qualquer outro padrão comportamental no que diz respeito ao uso dos restantes termos, limitando-se estes a indicar locais, nomes ou datas.



Fig. 49 - Caso 6 / As trinta palavras mais usadas

Embora estejamos na presença de um dos projetos mais completos ao nível da organização da informação disponibilizada e, simultaneamente, com um dos maiores índices de número de visitas diárias, voltamos a verificar que o cômputo de comentários publicados pelos seus seguidores é extremamente baixo. No âmbito das publicações analisadas observa-se que em 45% dos casos existem comentários à informação disponibilizada, sendo que, no entanto, em mais de metade destas ocasiões estes não excedem o número de dois comentários, correspondendo, por norma, ao comentário de um visitante e a sequencial resposta do autor.

Na maioria dos casos estamos, novamente, na presença de comentários com conteúdos iminentemente pessoais ou emocionais (fig. 49), correspondendo maioritariamente a palavras de incentivo ao autor, de agradecimento e de reconhecimento da importância do projeto⁶². E se esta é a norma observada nas mensagens disponibilizadas através das caixas de comentários dos artigos, ela assume especial relevo quando se examina os comentários disponibilizados na página "contactos", onde se verificou a presença de 119 mensagens todas elas no âmbito anteriormente referido. Esta página aparenta assim ser o local que os utilizadores "elegeram" como o indicado para publicamente agradecerem ao autor do *blog*, embora não exista

⁶² Ver comentários dos posts: ST3 - *Paquete "África"*, TT1 - *Vidago Palace Hotel*, TT4 - *Cartazes Publicitários (8)* e UP5 - *Travessia de Lisboa a Nado em 1927*;

qualquer indicação explícita para que assim seja, pois o único objetivo desta é comunicar o nome e o endereço de email do responsável pela iniciativa.

Ainda no que diz respeito aos comentários, verificou-se pontualmente a existência de mensagens a retificar ou a acrescentar informação⁶³ e um caso onde um visitante solicita nova informação⁶⁴, contudo, tal como observámos noutros casos estudados, trata-se de situações esporádicas e residuais.

O projeto *“Restos de Colecção”* conta ainda com uma página de *Facebook*, claramente como apoio à sua divulgação, visto que o autor a utiliza exclusivamente para anunciar as novas publicações que disponibiliza na plataforma de *blog*. Também aqui se verifica periodicamente a existência de alguns comentários e partilhas efetuadas pelos mais de 1000 seguidores que apresentava no final do ano de 2014.

⁶³ Ver comentários dos artigos: ST3 - *Paquete “África”*, PP2 - *Sport Lisboa e Benfica* e TT1 - *Vidago Palace Hotel*.

⁶⁴ Ver comentário do artigo: ST3 - *Paquete “África”*,

CASO 7**Dados da plataforma**

Nome	Typographias		
Endereço URL	http://typographias.blogspot.com		
Data de início	Julho 2006		
Média de visitas	n/d	Total de visitas	13300
Média de publicações	Entre seis e duas por semana	Média de comentários	Menos de 5 por post

Dados do autor

Autor	Hugo Charrão		
Idade do autor	32		
Habilitações	Licenciado	Profissão	Designer

Análise qualitativa dos conteúdos

Do conjunto de plataformas analisadas o projeto *Typographias* surge como o único assumidamente terminado pelo seu autor. Iniciando a sua atividade em Julho de 2006, e cessando em Novembro de 2011, este foi um projeto do designer Hugo Charrão que procurava divulgar a tipografia urbana em Portugal, particularmente a de carácter vernacular. Nas palavras do próprio, a razão principal da sua existência surge do “(...) *interesse pessoal e profissional pelo conhecimento da tipografia (...)*” que, contudo, face à crescente falta de disponibilidade se viu forçado a abandonar.

Constituído por uma estrutura de *blog* tradicional, remetendo-se unicamente à disponibilização de uma única página onde encontramos um *blogroll*, a listagem do arquivo cronológico das publicações e a informação do número de seguidores na rede *blogger*, a plataforma denuncia a ausência de um significativo esforço de personalização, evidenciando assim a prioridade do autor na publicação de novos artigos em detrimento da organização da estrutura de disponibilização de informação.

Sendo uma atividade a que, em média, dedicava entre duas a seis horas por semana, observou-se que durante os mais de cinco anos de publicações regulares o autor demonstrou uma cadência de publicação variável, indo desde a média de quatro artigos semanais, nos dois primeiros anos da sua existência, a menos de um por mês nos dois últimos anos. Este é um indicador claro de que efetivamente a redução da disponibilidade do autor terá sido a principal razão para o seu abandono.

As publicações, divididas entre, maioritariamente, conteúdos originais e algumas re-publicações de outras plataformas, caracterizam-se por

conteúdos compostos por fotografias originais, geralmente de espaços públicos contendo exemplares tipográficos de tipologias variadas. Verifica-se também que o texto é escasso, e que, embora esteja presente em grande parte dos artigos, limita-se quase sempre a fornecer a informação geográfica complementar à imagem apresentada. Das publicações estudadas, em apenas três casos o autor optou por desenvolver algumas considerações adicionais, nomeadamente tecendo algumas considerações eminentemente estéticas⁶⁵, poéticas⁶⁶ ou apenas disponibilizando texto de cariz informativo⁶⁷.

CATEGORIAS E CONCEITOS - CASO 7 [ENUMERAÇÃO]

	0	5	10	15	20
ARTEFACTO					
COMENTÁRIOS		5			
Acréscima Informação					
HISTORICISTA					
TÉCNICA					
Correção					
Pessoal / Emocional	4				
Promoção Pessoal					
Requisita Informação	1				
DESIGNER / AUTOR					
IMAGEM					20
Originais					20
Terceiros					
Fontes Analógicas					
Fontes Digitais					
INFLUÊNCIAS / MOVIMENTOS					
PRODUTOR / EMPRESA					
TEXTO PRINCIPAL			13		
Biográfico / Historicista			10		
Citação					
Links					
Pessoal / Emocional	2				
Promoção / Divulgação					
Referências					
Técnico	1				
VISIBILIDADE					
Evento					
Prémios					

Fig. 50 - Caso 7, categorias e conceitos / enumeração

Centrando a perspetiva analítica estritamente nos conteúdos disponibilizados, que embora não atualizados continuam acessíveis,

⁶⁵ Ver publicação: TT4 – Albufeira 1.

⁶⁶ Ver publicação: PP3 – Será que o carteiro viu?

⁶⁷ Ver: PP1 – Paris em Lisboa.

confirma-se que o autor dedicou todo o seu esforço à exclusiva publicação de imagens originais suas (fig. 50), e, nos casos que estas eram acompanhadas de texto, a maioria refere-se a dados biográficos ou históricos, surgindo apenas escassos dados de natureza pessoal e técnica.

CATEGORIAS E CONCEITOS - CASO 7 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

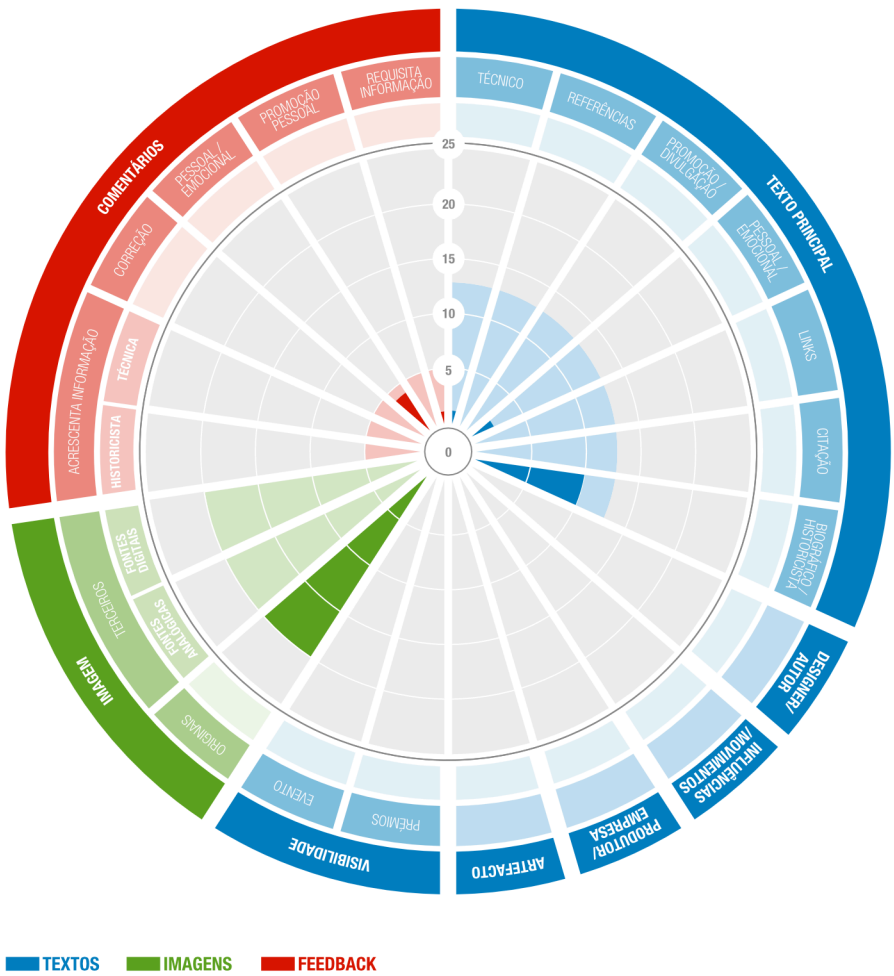


Fig. 51 - Caso 7, categorias e conceitos / dispersão conceptual

No mesmo sentido, observando as 30 palavras mais utilizadas (fig. 52), voltamos a verificar que efetivamente estas dizem maioritariamente respeito a indicações geográficas. Para além destas, encontramos um conjunto de termos que, face à muito de reduzida quantidade de texto presente nos artigos, acabam por ser pouco indicativos de uma realidade genérica.



Fig. 52 - Caso 7 / As trinta palavras mais usadas

Contudo, não deixa de ser relevante que, estando nós na presença de uma recolha que foi sendo curada e ampliada por um designer profissional, poderemos estar igualmente perante um acervo eventualmente significativo no âmbito do património histórico tipográfico português.

Neste caso particular, tal como na maioria das plataformas estudadas, o número de comentários às publicações é também muito reduzido (fig. 52). Verificou-se que em apenas 20% das publicações existiam mensagens de terceiros, sendo que, dentro deste universo, não se encontraram situações em que o número de comentários fosse superior a um. Praticamente todos se cingem a observações de carácter pessoal, como frases de incentivo e de felicitações ao autor, e em apenas um dos casos se verificou a solicitação de informação adicional através da caixa de comentários⁶⁸.

⁶⁸ Ver publicação: PP4 - *Retrozaria Bijou*.

CASO 8**Dados da plataforma**

Nome	almanaque silva		
Endereço URL	http://almanaquesilva.wordpress.com		
Data de início	janeiro de 2011		
Média de visitas	Entre 50 e 200 visitas por dia	Total de visitas	259800
Média de publicações	Entre três e uma por mês	Média de comentários	menos de 5 por post

Dados do autor

Autor	Jorge Silva		
Idade do autor	56		
Habilitações	3º ano de Design da ESBAL	Profissão	Designer

Análise qualitativa dos conteúdos

Da autoria do reconhecido designer Jorge Silva, o “Almanaque Silva” é um projeto que, segundo o autor, pretende divulgar “(...) *histórias da ilustração portuguesa, na ótica dos seus protagonistas, artistas e editores*”. Apresentando publicações regulares desde janeiro de 2011, embora com uma cadência notoriamente baixa, Jorge Silva aponta que as principais motivações para o fazer se prendem com a sua “(...) *ligação profissional muito forte ao universo da ilustração editorial*”, a “(...) *preocupação de fazer serviço público na divulgação de um acervo documental bastante extenso* (...)” e ainda a intenção de usar esta plataforma como um espaço de “(...) *ensaio para trabalhos de maior fôlego na historiografia do tema*”.

A tipologia de *blog* que se encontra subjacente ao projeto exhibe uma estrutura simples, constituída por três colunas, onde na primeira encontramos o tradicional *blogroll*, na segunda uma coluna com um link para uma página denominada “publicidade ilustrada” — que vai sendo periodicamente atualizada com novos exemplares de publicidade antiga — e um índice alfabético de autores que remete para páginas com listagens “*tendencialmente exaustivas*” da sua obra e bibliografia. Na terceira coluna encontramos um inventário de todas as publicações, a informação do número total de visitas, uma opção de pesquisa e ainda o *link* para uma página com informação sobre o autor do projeto. Na coluna central podemos ainda observar a colocação extra de duas imagens promocionais com links para mais informação, no formato de ficheiros *.pdf*, sobre outras iniciativas da autoria de Jorge Silva.

Verifica-se assim que o esforço do autor se centra quase exclusivamente nos conteúdos disponibilizados através dos *posts*, não se confirmando a existência de estratégias de comunicação paralelas, quer seja internamente, na organização da informação no *blog*, quer seja externamente, recorrendo a outras plataformas complementares para autopromoção.

As suas publicações tipificam-se por serem constituídas por textos originais bilingues, de em média 5000 caracteres — incluindo as duas línguas —, sempre acompanhados de fotografias de época ou de ilustrações, que na maioria dos casos são restauradas digitalmente pelo autor. Entre as suas fontes primárias encontramos todo o género de publicação impressa em Portugal — desde simples postais ilustrados, cartazes, capas de livros ou até mesmo manuais escolares —, sendo que, no que diz respeito ao texto verifica-se, paralelamente, o recurso a edições bibliográficas⁶⁹ e a informações proveniente de outros repositórios digitais⁷⁰. A indicação das fontes utilizadas surge, sempre que necessário, explicitada no final de cada *post* junto à informação "*As ilustrações foram restauradas digitalmente*".

⁶⁹ Como nos casos das publicações: ST2 – “*Riquezas de Portugal*”, TT4 – “*O Papagaio do Capitão Tom*” e UP5 – “*Histórias de chocolate*”.

⁷⁰ Ver os casos: ST1 – “*Ofélia*”, TT5 – “*Baby boom*” e UP4 – “*Caça grossa*”.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 8 [ENUMERAÇÃO]

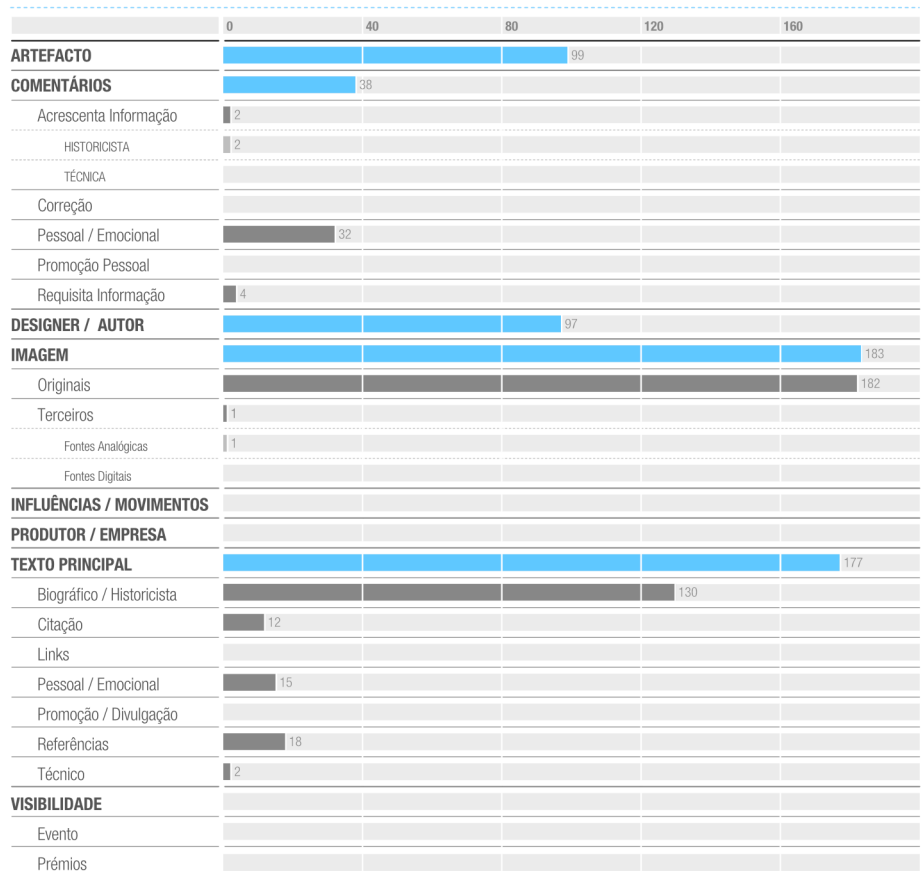


Fig. 53 - Caso 8, categorias e conceitos / enumeração

Tal como podemos observar no quadro (fig. 53), a análise qualitativa desenvolvida permite-nos concluir que estamos na presença de publicações muito focadas em artefactos específicos, sendo que, praticamente em todas as ocasiões, são acompanhadas pela identificação dos seus autores, num registo que privilegia a abordagem histórica, complementada pontualmente com citações, outras referências externas e algumas menções de índole pessoal e/ou emocional.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 8 [DISPERSÃO CONCEITUAL]

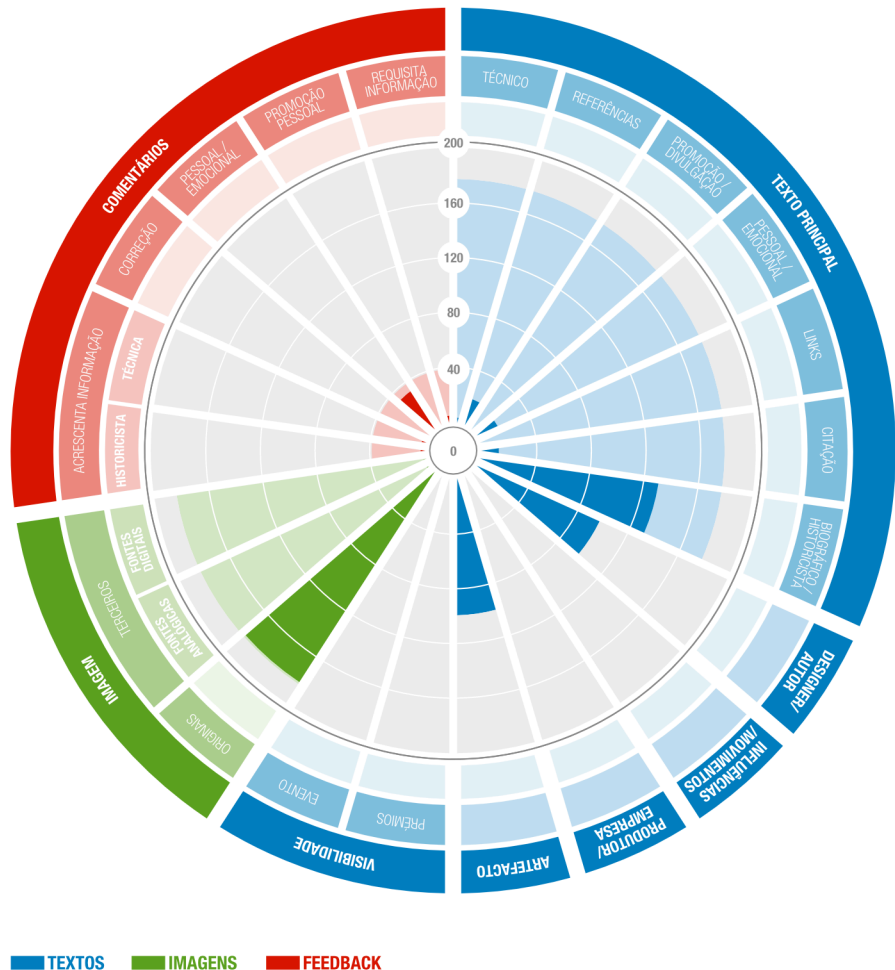


Fig. 54 - Caso 8, categorias e conceitos / dispersão conceitual

É no mesmo sentido que a análise ao conjunto das 30 palavras mais utilizadas (fig. 55) nos reforça a abordagem historicista do texto, altamente centrado em referências geográficas, tipologias de publicações impressas (a sua temática principal), nomes e indicações cronológicas. De registar apenas a identificação do termo "traço" entre este grupo de palavras, que, ao adotar aqui a sua configuração de nome comum, sinónimo de "*maneira própria de desenhar*"⁷¹, surge recorrentemente associado à qualificação da expressão gráfica dos autores, como se pode observar nas publicações: ST1 – "*Ofélia*": "*Gradualmente, o traço de Ofélia adoça-se, a composição ganha detalhe e a anatomia fica mais realista*";

⁷¹ Fonte: *traço* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2016. [consult. 2015-03-07 16:59:03]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/traço>

TT1 – “*Mariazinha africanista*”: “Sarah Afonso (...), apresenta na primeira edição de 1925 um traço forte e figuração sintética próximas do modernismo estilizado de Mily Possoz”; e UP3 – “*Notre Janine*”: “Tinham o olhar de estilista profissional e o seu traço, coleante e preciso, substitui o traço simplista do figurinista anterior da revista”. Sendo esta uma adjetivação que, na maioria dos casos, é da exclusiva responsabilidade do autor, podemos considerar que estamos igualmente na presença de apreciações estéticas singulares, que vão além da simples enumeração dos enquadramentos históricos e artísticos em que estes artefactos emergem, gerando assim nova informação sobre os dados tratados.



Fig. 55 - Caso 8 / As trinta palavras mais usadas

No que diz respeito à análise dos comentários, como podemos ver no gráfico (fig. 55), estamos na presença de uma realidade em que a maioria dos *posts* são comentados (65%), sendo que vários apresentam mais de três comentários, ou seja em 46% dos artigos comentados.

Neste contexto, é igualmente importante retermos que, embora a maioria das mensagens se continue a situar no âmbito do registo pessoal e/ou emocional, no caso específico do *blog* “Almanaque Silva”, verifica-se também a significativa presença de outras tipologias de comentários, como é o caso de situações em que os utilizadores acrescentam nova informação⁷² e em que requerem informação adicional⁷³.

⁷² Ver os comentários às publicações: PP2 – “*O fotógrafo não estava lá ... e o ilustrador também não*”, ST3 – “*Lições republicanas*” e TT5 – “*Baby boom*”.

⁷³ Ver: PP2 – “*O fotógrafo não estava lá ... e o ilustrador também não*”, PP5 - “*Os bons costumes portugueses*” e TT1 – “*Mariazinha africanista*”.

CASO 10**Dados da plataforma**

Nome	Garfadasonline		
Endereço URL	http://www.garfadasonline.blogspot.pt		
Data de início	Outubro de 2008		
Média de visitas	Entre 50 e 200 visitas por dia	Total de visitas	248591
Média de publicações	Entre seis e duas por semana	Média de comentários	menos de 5 por <i>post</i>

Dados do autor

Autor	Ana Marques Pereira		
Idade do autor	64		
Habilitações	Licenciatura	Profissão	Médica

Análise qualitativa dos conteúdos

O *blog "Garfadas on line"* apresenta-se como uma iniciativa pessoal de Ana Marques Pereira, médica de profissão e ávida colecionadora, investigadora e historiadora de variados temas relacionados com a história da alimentação. Possuindo vários livros publicados neste âmbito⁷⁴, a autora recorre a esta plataforma para apresentar regularmente artigos de tipologia variada, mas maioritariamente exibindo uma conotação histórica, onde disserta sobre subtemas relacionados com a alimentação, nomeadamente a história dos alimentos, os utensílios usados na sua confeção, a imagética associada ao tema — entre a qual encontramos as marcas dos produtos, folhetos promocionais, cartazes, embalagens, entre outros —, bem como publicações dedicadas a temas contemporâneos no âmbito da promoção a eventos (conferências, lançamentos de livros ou exposições), também eles relacionados com o tema da história da alimentação.

Exibindo uma estrutura de *blog* convencional, constituída por um cabeçalho superior e duas colunas inferiores assimétricas, o grande destaque vai para o *blogroll* que ocupa a totalidade da coluna maior. Paralelamente a este espaço, encontramos uma área secundária povoada por diversos espaços onde a autora apresenta diversa informação

⁷⁴ Entre eles: "Do Comer e do Falar....Tudo vai do começar", 2015, Relógio d'Água Editores; "Licores de Portugal (1880-1980)", 2013, Edição da autora.; "A Manteiga em Portugal. Pequena história", Edição Apenas Livros, 2012; "Receitas e Truques para Doentes Oncológicos", 2009; "Cozinhas. Espaço e Arquitectura", Edições Inapa, 2006; "Mesa Real. A dinastia de Bragança", Edições Inapa, 2000 e 2007. Esfera dos Livros 2012.

acessória, tal como a lista dos seus livros publicados e imagens dos mesmos, a lista de seguidores na rede social *blogger*, o arquivo cronológico dos artigos, uma listagem de *blogs* e outra de *websites* selecionados pela autora, o inventário de todas as *tags* utilizadas na catalogação das publicações e, como caso único entre todas as plataformas analisadas, o código IBSN (*Internet Blog Serial Number*⁷⁵) do *blog*.

Segundo Ana Marques Pereira, a cadência de publicações situa-se na média de duas a seis semanais, sendo que, para tal, dedica mais de quatro horas diárias à sua elaboração. Revelando números de acesso ao *blog* que se situam entre os 50 e os 200 diários, esta plataforma apresentava, desde a data da sua fundação — outubro de 2008 — até setembro de 2014, 248591 visitas na sua totalidade.

Trata-se, portanto, de um projeto de elevada dedicação pessoal, onde a autora encontra o espaço ideal para a pontual divulgação parcelar da investigação contínua que desenvolve na área da história da alimentação. Simultaneamente ao registo permanente da atividade desenvolvida, esta plataforma constitui-se como um espaço de divulgação mais amplo, onde a disponibilização de variadas ligações externas, como é o caso dos referidos *websites* e *blogs*, associados à produção individual da própria autora, quer seja através do blog ou da sua produção bibliográfica, representam já um contributo significativo para a divulgação desta temática em concreto.

Contudo, é na identificação do seu espectro de atuação relativamente abrangente, não se limitando em exclusivo ao tema da gastronomia, que encontramos a fundamentação da seleção deste projeto para a nossa investigação. A sua extensão ao estudo pormenorizado dos artefactos utilizados na confeção dos alimentos e aos projetos de comunicação de marcas tradicionais portuguesas, tem resultado num acervo relevante para a história do design em Portugal. Esta é uma abordagem que é explicitamente assumida em diversas publicações, em especial numa série de artigos catalogados pelo tema "*Museu Virtual*" onde a autora apresenta parte do seu espólio pessoal de utensílios de cozinha, dedicando-lhes uma análise detalhada, identificando o seu nome, o seu material, a época em que surge, o seu produtor, número de inventário, entre muitos outros dados. Identifica-se assim nesta prática uma postura não só de agente divulgador, mas também de historiador e colecionador que, meticolosamente, desenvolve esforços de compilação, inventariação, investigação e disseminação de um conhecimento que, em grande parte, é por si gerado⁷⁶.

⁷⁵ O código IBSN é uma iniciativa do portal sem fins lucrativos IBSN.org, instituição que pretende combater o plágio e o uso inadequado dos conteúdos dos blogs registados na sua base de dados.

⁷⁶ Ver posts: TT1 - Museu Virtual: Jarro de Vinho de Maria de Portugal e TT 5 - Museu Virtual: Bule de Chá.

A já referida variada tipologia de publicações permite-nos ainda encontrar outro tipo de artigos relevantes para a temática do design português. É o caso das constantes publicações dedicadas ao âmbito da produção industrial, não só dos seus produtos, mas também da marca, embalagem, publicidade e toda a restante comunicação a si associada. Esta é uma prática que pode ser observada nos *posts*: UP5 – “*A Fábrica de Produtos Coração*”, ST1 – “*A valsa da «Água de Castelo» e a lenda de Salúquia*”, ST4 – “*Silampos*”. *Publicidade para a mãe, para a filha e para toda a família*” ou TT3 – “*Sebastião Passa Fome!*”.

Como vemos, o conjunto de publicações desta plataforma que transitaram para o nosso estudo apresentavam assim uma variedade de categorias assinalável. Não é, portanto, com surpresa que a codificação desenvolvida tenha resultado num quadro genérico onde, apesar da forte conotação de carácter historicista, se observa a presença de diversos indicadores suplementares.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 10 [ENUMERAÇÃO]

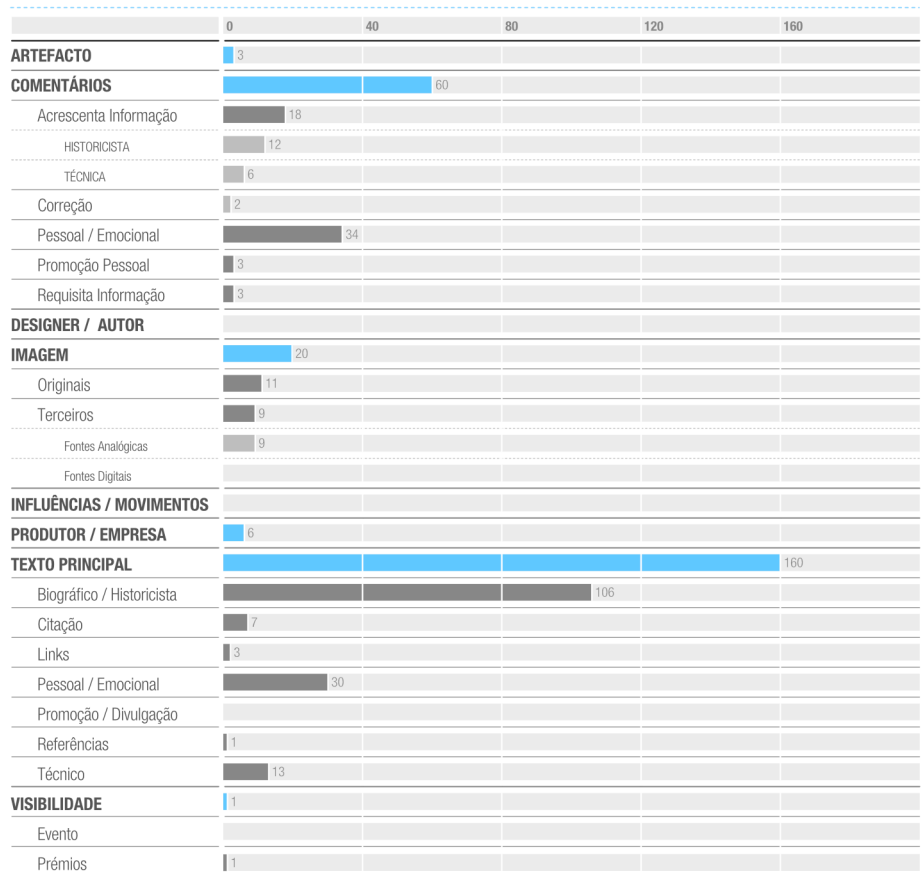


Fig. 56 - Caso 10, categorias e conceitos / enumeração

Dois dos mais relevantes, que nos surgem como o segundo e terceiros mais representados na análise ao texto principal (fig. 57), estão diretamente relacionados com a identificação de diversas passagens onde a autora exprime a sua opinião pessoal ou acrescenta dados estritamente técnicos. Confirma-se assim que a estrita abordagem histórica surge complementada com apreciações particulares, quer sejam de índole estética, ou de outra ordem, e reforçada com dados técnicos precisos referentes aos atributos principais dos artefactos. Paralelamente, verifica-se pontualmente o recurso a citações, referências e *links* externos, o que é igualmente um indicador de que a autora procura reforçar a informação publicada com dados de outros autores.

Tal como referido anteriormente, e os dados codificados vieram confirmar, estamos na presença de textos que, em muitos casos, estão diretamente associados a artefactos específicos ou a produtores/empresas. Esta é uma prática que a autora desenvolve recorrendo à publicação de diversas imagens ilustrativas dos temas, sendo,

em grande parte, originalmente suas. Verificou-se ainda a presença de diversas imagens disponibilizadas por terceiros, no entanto, surgindo sempre de outras fontes analógicas em detrimento de fontes digitais.

CATEGORIAS E CONCEITOS - CASO 10 [DISPERSÃO CONCETUAL]

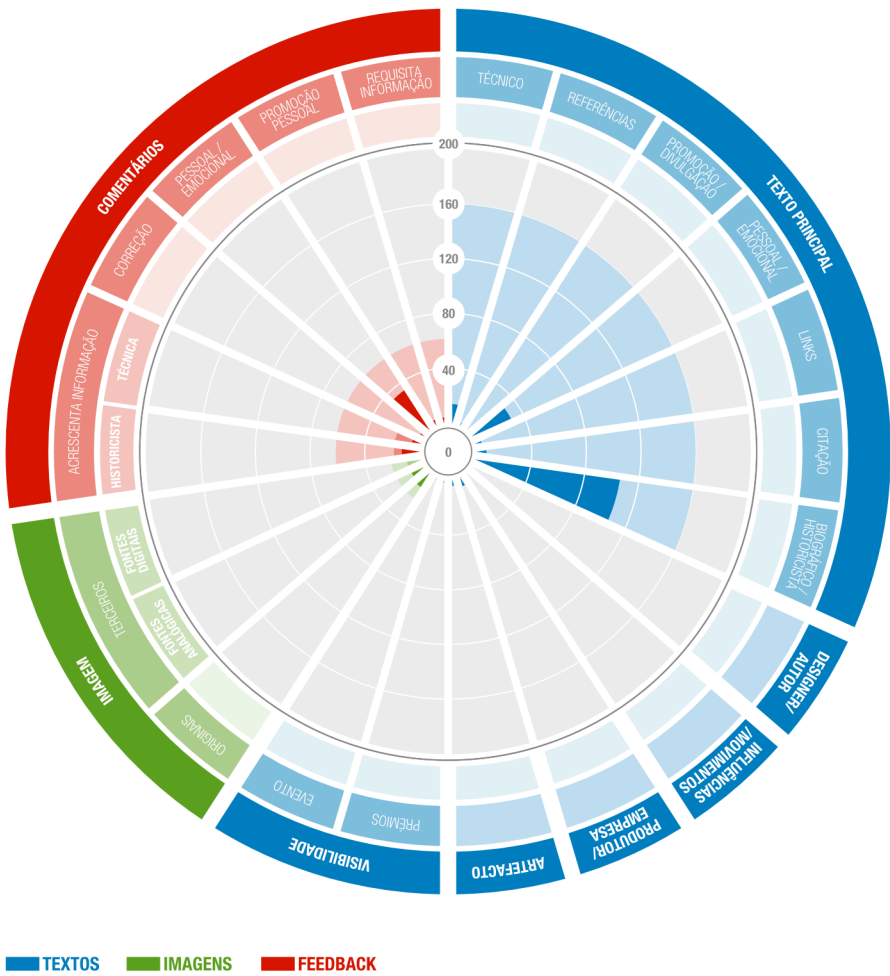


Fig. 57 - Caso 10, categorias e conceitos / dispersão concetual

Como podemos observar na análise às palavras mais frequentes (fig. 59), voltamos a encontrar o enfoque do texto nas referências específicas a produtores⁷⁷, empresas e marcas, para além do termo “Portugal”, que surge

⁷⁷ A autora utiliza recorrentemente o nome “fábrica” como prefixo na indicação de um produtor, como é o caso de “copos da fábrica Crisal”, “Fábrica de Rebuçados Victoria” ou “fábrica Silampos”.

aqui também como um indicador da importância específica que a autora atribui à nossa produção nacional.

Os restantes termos dividem-se em dois grandes grupos: um referente a indicações cronológicas e um outro revelador do universo imediatamente próximo do tema da alimentação, onde se encontram as palavras "mesa", "água", "casa", "hotel", "serviço", entre outras.



Fig. 58 - Caso 10 / As trinta palavras mais usadas

Outra das novidades que esta plataforma nos apresenta é o facto de apresentar números relativos aos comentários visivelmente acima da média comparativamente a muitos dos outros casos estudados. Tal como podemos observar na figura 56, estamos novamente na presença de um grande domínio do comentário de opinião pessoal ou emotivo que, no entanto, é seguido de diversos outros que, embora menos relevantes, se caracterizam pela sua grande diversidade, quer sejam mensagens que acrescentam nova informação, correções aos dados, requisição de mais informação e até mensagens de promoção pessoal, por norma, divulgando outros *blogs*.

Contudo, uma análise mais profunda permitiu-nos observar que este número elevado de comentários não corresponde a uma prática regular pois, como podemos observar na figura 57 o número de publicações comentadas é semelhante à média dos restantes *blogs* estudados, situando-se nos 55%. O que nos mostra a análise é que, neste caso específico, existem algumas publicações com um elevado número de comentários, nomeadamente quando os utilizadores acrescentam nova informação, como é o caso das publicações PP5 – “O Sonasol” e ST2 – “Cromos de Caramelos e Fábricas de

Caramelos”, o que se justifica pela instituição de dinâmicas de diálogo entre a autora e alguns dos seus seguidores (fig. 59).

NÚMERO DE COMENTÁRIOS POR POST

POST	TOTAL	HISTORICO	TÉCNICO	CORREÇÃO	PESSOAL	PROMO	REQUISITA
PP 1 - COPOS DA FÁBRICA CRISAL	4	0	1	0	2	1	0
PP 2 - A CRISE E A ECONOMIA DOMESTICA	0	0	0	0	0	0	0
PP 3 - OBJECTO MISTÉRIO Nº 3. RESPOSTA	3	0	0	0	2	0	1
PP 4 - RESPOSTA AO OBJECTO MISTÉRIO Nº5	4	0	0	0	4	0	0
PP 5 - O SONASOL	15	6	1	0	6	1	1
ST 1 - A VALSA DA «ÁGUA DE CASTELO»	3	0	0	0	2	0	1
ST 2 - CROMOS DE CARAMELOS	11	2	2	0	7	0	0
ST 3 - FALTAVA O PAPEL DOS CARAMELOS...	3	2	0	0	1	0	0
ST 4 - SILAMPOS.	2	0	0	0	2	0	0
ST 5 - O HOTEL ESTRELLA DO NORTE NO PORTO	0	0	0	0	0	0	0
TT 1 - JARRO DE VINHO DE MARIA DE PORTUGAL	9	2	2	2	3	0	0
TT 2 - OS CALDOS MAGGI EM CUBO	3	0	0	0	3	0	0
TT 3 - SEBASTIAO PASSA FOME!	0	0	0	0	0	0	0
TT 4 - UMA EMENTA COM HISTÓRIA	3	0	0	0	2	1	0
TT 5 - MUSEU VIRTUAL- BULE DE CHÁ	0	0	0	0	0	0	0
UP 1 - O «POMAR DA FOZ» DE ALVAREZ	0	0	0	0	0	0	0
UP 2 - O CHÁ DAS 5 D'A MARIAZINHA	0	0	0	0	0	0	0
UP 3 - A GOIABADA PEIXE	0	0	0	0	0	0	0
UP 4 - A CHEGADA DOS FOGÕES A GÁS	0	0	0	0	0	0	0
UP 5 - A FÁBRICA DE PRODUTOS CORAÇÃO	0	0	0	0	0	0	0

Fig. 59 - Caso 10 / Panorama geral do número de comentários por post

CASO 15**Dados da plataforma**

Nome	fabrica Alba		
Endereço URL	http://fabrica-alba.blogspot.pt/		
Data de início	Janeiro de 2009		
Média de visitas	Menos de 10 visitas diárias	Total de visitas	26600
Média de publicações	Entre três e uma por mês	Média de comentários	menos de 5 por <i>post</i>

Dados do autor

Autor	Manuel Cruz		
Idade do autor	45		
Habilitações	Licenciatura	Profissão	Área económico-financeira

Análise qualitativa dos conteúdos

Surgindo como o único caso de estudo em que o seu autor se dedica em exclusivo à recolha, tratamento e divulgação de informação relacionada com uma empresa histórica portuguesa, o *blog* "Fábrica Alba" é um projeto da responsabilidade de Manuel Cruz, licenciado, de 45 anos, profissional da área económico-financeira. Segundo o seu autor, esta é uma iniciativa que surge como uma "*spin-off*" de outro projeto⁷⁸ e tem como principal objetivo preservar a memória coletiva associada à Fábrica Metalúrgica Alba de Augusto Martins Pereira, situada em Albergaria-a-Velha, e, mais concretamente, dos produtos Alba, o Cine-Teatro Alba, o automóvel Alba, o Sport Club Alba, a banda Alba, a publicidade associada à marca, entre outros.

Apresentando-se assim como um esforço de carácter compilador da informação dispersa sobre esta realidade, os seus conteúdos revelam-se maioritariamente constituídos por re-publicações de artigos de outras plataformas ou de outros meios de comunicação.

Fundado no início de 2008, este projeto apresenta valores modestos no que diz respeito aos parâmetros da cadência de publicações — situando-se entre uma e três por mês —, ao número de visitas diárias — menos de 10 — e, consequentemente, ao número total de visitas — 26600. Este é constituído por uma estrutura tradicional de *blog*, onde se apresenta um cabeçalho de dimensões generosas, e no qual se destaca uma fotografia das instalações da empresa, e três colunas inferiores que contêm toda a

⁷⁸ <http://blogdealbergaria.blogspot.pt>

informação dinâmica. Entre estas encontramos uma área principal, que contém o *blogroll*, e duas secundárias onde se situa uma lista de outros *blogs* selecionados pelo autor, uma lista de temas que permitem um acesso mais rápido a vários temas pré-definidos e a listagem de todas as *tags* usadas na catalogação dos *posts*. Esta organização de apoio permite um rápido acesso a muita da informação arquivada na plataforma, possibilitando aos utilizadores acederem a todos os conteúdos de uma forma mais cómoda.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 15 [ENUMERAÇÃO]

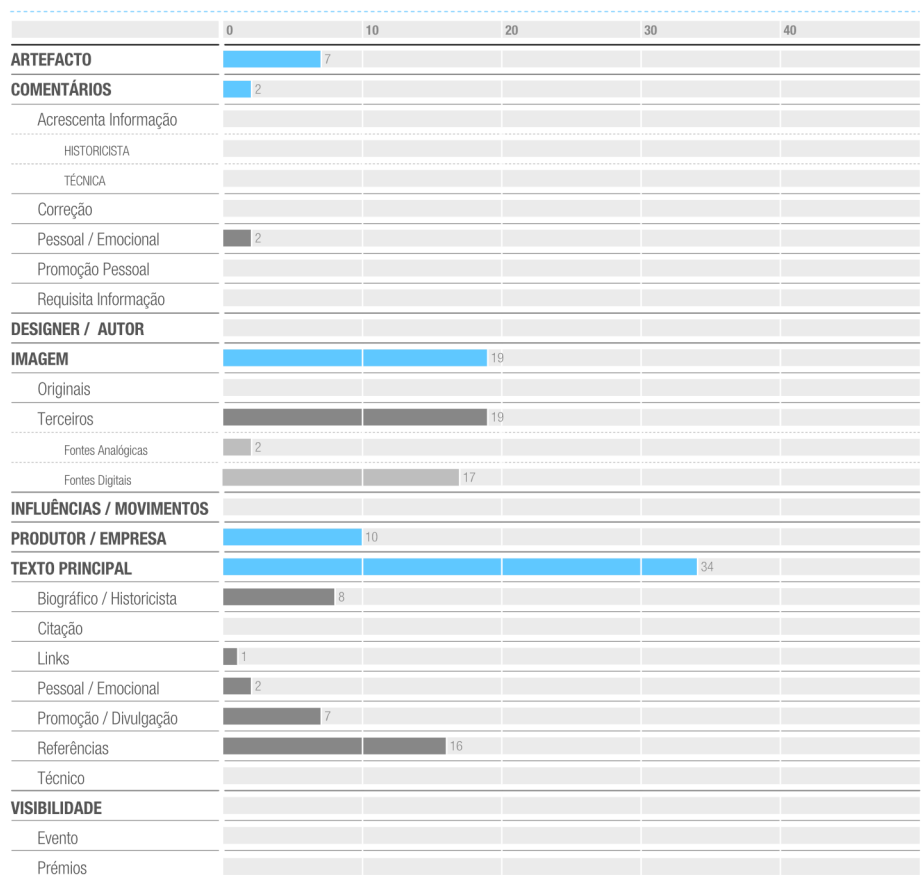


Fig. 60 - Caso 15, categorias e conceitos / enumeração

Composto maioritariamente por artigos muito curtos, onde alguns se remetem à simples divulgação de algumas imagens, estes expõem tradicionalmente um ou mais artefactos partindo sempre de uma primeira representação do mesmo que, em alguns casos, é acompanhada da sua designação e função. Sendo que, em grande parte, estamos perante reproduções dos artefactos que o autor recolhe de outras fontes secundárias, encontramos nas suas publicações as respetivas referências à procedência original, o que, por norma, acontece sob o formato de *hiperlink*

que nos encaminha para outras plataformas digitais. As próprias imagens que ilustram os artigos, como podemos observar na figura 61, provêm exclusivamente de terceiros e predominantemente de fontes digitais.

CATEGORIAS E CONCEITOS • CASO 15 [DISPERSÃO CONCEPTUAL]

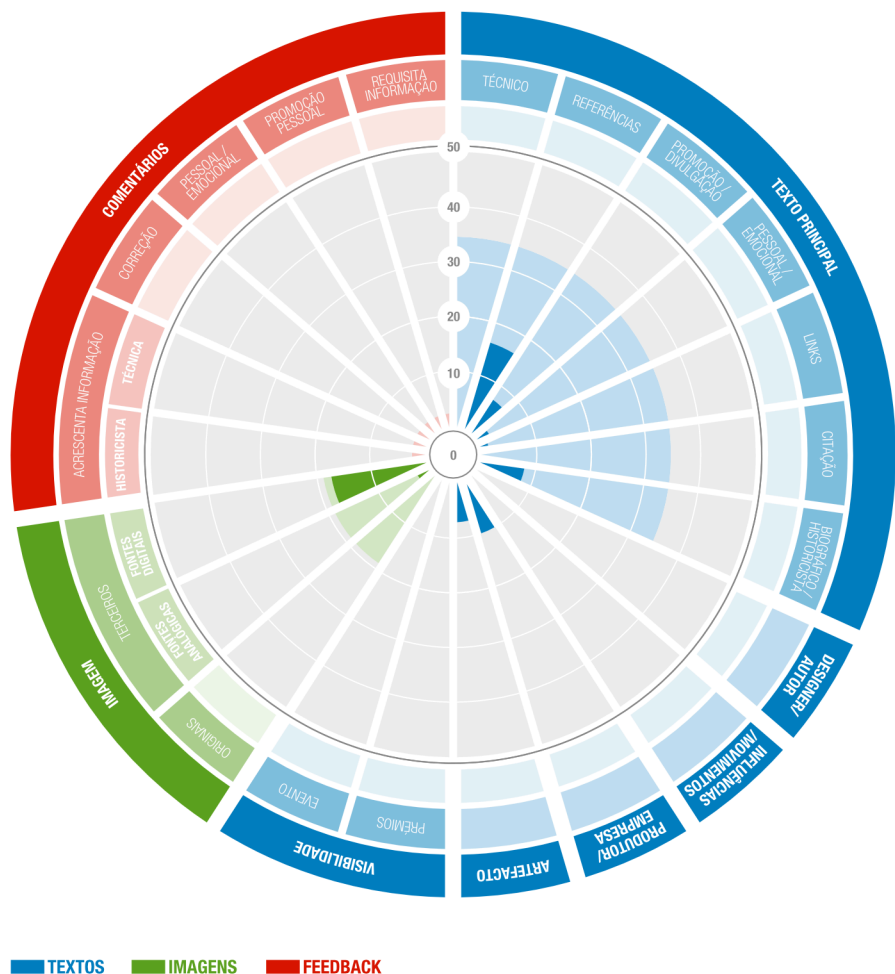


Fig. 61 - Caso 15, categorias e conceitos / dispersão conceptual

Este é assim um caso onde o autor gera os seus conteúdos através da observação atenta e dedicada sobre a publicação de notícias subjacentes à temática definida. Este congrega esta informação na sua plataforma, enquadrando-a no contexto histórico da empresa e relacionando-a com a sua restante produção industrial e cultural.

A análise às 30 palavras mais usadas (Fig. 62) indica-nos precisamente esse enfoque na marca Alba, como a designação mais presente, seguida da palavra "fonte", que indica a preocupação do autor em nomear as fontes de informação, e, em terceiro lugar, o termo "*facebook*", precisamente uma das

fontes mais citadas pelo autor. Segue-se depois um conjunto de palavras onde encontramos diversos nomes, que se dividem entre os de indivíduos indicados no texto principal — tais como o fundador ou meros funcionários da empresa — e os de sujeitos referidos como fontes de informação, bem como ainda outras denominações relacionadas com as tipologias de intervenção social da empresa e algumas indicações geográficas.



Fig. 62 - Caso 15 / As trinta palavras mais usadas

Como seria expectável num projeto como este, onde o número de publicações e acessos é seriamente baixo, o número de comentários revela-se igualmente escasso. A constatação de que apenas 10% dos *posts* foram comentados, e que, em qualquer dos casos, o número de mensagens nunca é superior a dois, torna-se um forte indicador da pouca capacidade de envolvimento que estes temas geram nos seus públicos. Não deixa de ser importante referir que a maioria dos comentários verificados acrescentam nova informação, o que nos leva a crer que os leitores se sentem mais estimulados a colaborar quando sabem que estão a contribuir com novo conhecimento.

V.2.6 - conclusões / *Constructing Theory*

A análise pormenorizada dos conteúdos veiculados por estas iniciativas resultou na clarificação do cenário da informação por si gerada, nomeadamente no que diz respeito ao seu desígnio, à sua proveniência e à sua função operativa no âmbito do projeto individual de cada autor.

Verificou-se que, transversalmente, esta era uma realidade muito vinculada pelo desenvolvimento de múltiplos e diferenciados esforços que, no entanto, apresentavam um objetivo principal comum caracterizado pelo ato de reunir informação avulsa, dando-lhe um sentido singular e disponibilizando-a à comunidade em que se inseriam. Quer estejamos a falar de projetos em que a atividade dos seus autores praticamente se cingia à recolha e divulgação de dados pouco estruturados, como no caso 1 – Publisite e no caso 7 – Typographies, ou em soluções mais complexas, como no caso 2 – Cerâmica Modernista Portuguesa e caso 8 – Almanaque Silva, verificou-se que existia sempre o cuidado de enquadrar a informação publicada de forma coerente e numa linguagem acessível, identificando-se que existiria, da parte de quem publica, a noção de que comunicava para uma plateia global e heterogénea a vários níveis.

Este é, muito provavelmente, o resultado mais visível do fato de, neste momento da investigação, a amostra ser apenas constituída por *blogs*. No entanto, sendo esta a consequência do processo de credibilização da informação tratada, podemos desde já concluir que a realidade dos *blogs* é muito caracterizada pelas especificidades acima mencionadas e que estas estarão igualmente na base de alguns dos traços identitários da informação mais consistente proveniente das *social technologies*.

Por outro lado, a proveniência dos dados usados na construção da informação revelou-se muito distinta, podendo estes ser originários de espólios pessoais analógicos dos próprios autores ou de outros recursos *offline*, bem como de repositórios digitais *online*, quer sejam de outros projetos pessoais ou iniciativas institucionais. Embora, como seria expectável, as publicações mais elaboradas apresentassem, por norma, informação procedente de origens díspares, nem sempre este princípio se verificou, observando-se casos de informação muito rica construída exclusivamente a partir de, por exemplo, repositórios digitais disponibilizados na *web*, tal como acontece no caso 6 – Resto de Colecção.

Tal como na origem dos dados usados, também no propósito que, individualmente, cada autor procurava instituir através da sua prática, detetou-se que estávamos, novamente, na presença de abordagens muito distintas que, embora múltiplas, poderíamos reunir em grupos que apresentavam características comuns. Encontramos assim, pelo menos,

três situações distintas: 1) iniciativas que se focavam no exercício de divulgar dados que iam sendo descobertos avulsamente e estavam relacionados por um tema em comum; 2) práticas concertadas de recolha de conteúdos que davam origem a informação mais estruturada sobre os mesmos; 3) iniciativas onde os autores desenvolviam esforços profundos de investigação, especializando-se, ou não, em temas específicos, mas apresentando resultados que se enquadram na produção de novo conhecimento, sendo este, por vezes, desenvolvido em conjunto com os seus públicos, nem que seja através da mera correção ou validação dos dados.

Esta multiplicidade de diferentes características, que definem estas iniciativas, impede-nos assim de falarmos de um discurso único originário desta realidade, obrigando-nos antes a entendê-la como uma multiplicidade de casos díspares que não podem ser tratados de forma idêntica. Tornou-se assim fundamental classificar estes casos, de forma a circunscrevermos as suas principais características em grupos uniformes que, por um lado nos possibilitasse trabalharmos a partir de generalizações, mas, por outro lado, não nos adulterasse a análise através da inclusão e comparação de exemplos muito dissemelhantes.

Assim, estabelecemos um sistema de ordenação que, emergindo legitimamente da realidade estudada, e num exercício de analogia com o **Sistema de Classificação Biológica** (Gledhill, 2008, p. 14), nos permitiu classificar a tipologia destas iniciativas a partir de uma solução taxonómica original, centrada na clarificação do seu desígnio comum (género), origem dos dados (espécie) e informação gerada (nome).

Nesse sentido, entendendo o "género" como o desígnio comum que unia este conjunto de projetos, e como salientámos, verificou-se que se encontrava na sua vontade de disponibilizarem, à comunidade em que se inserem, um conjunto de dados trabalhados a partir de um tema em comum, a sua principal razão de existência. Esta é uma prática que encontra no termo em latim **Congrego** uma definição adequada, nomeadamente no seu sentido estrito de "*to bring together for the purpose of comunal life*" (Glare, 1982, p. 405).

Da mesma forma, no que diz respeito às "espécies" identificadas, podemos avançar com três variações possíveis:

1. As iniciativas que se limitavam a trabalhar a partir de dados recolhidos por terceiros e que se restringiam à sua

disseminação, encontrando, assim, no termo em latim

Dissemino⁷⁹ a sua imediata tradução;

2. Os casos onde a informação provinha principalmente de um espólio pessoal que estes autores decidiram disponibilizar à comunidade, diretamente vertido na definição, em latim, de **Ostendo**⁸⁰;
3. As situações onde o conhecimento gerado derivava de um conjunto variado de fontes, que incluía pessoais e de terceiros, e que era selecionada com a intenção específica de se complementar. Sendo esta uma prática que exige um conhecimento mais profundo da temática, poderá ser enquadrada na definição do termo em latim **Peritus**⁸¹.

Por fim, no que respeita à designação dos “nomes” das tipologias, e centrando a sua classificação segundo a informação que estas geravam, podemos igualmente definir as seguintes quatro variações:

1. Casos onde a informação disponibilizada não sofria grande alteração face ao original, limitando-se a ser agrupada à temática subjacente. Esta é uma prática que, por norma, é desenvolvida por indivíduos que Charles Leadbeater classifica por *Skilled Amateurs* (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23) e que, caracterizando-se pela mostra de um conjunto de dados específicos, podemos enquadrar no termo em latim **Exhibitor**⁸².
2. Situações onde os conteúdos disponibilizados era o resultado de práticas compiladoras de informação tratada, relacionada e apresentada numa solução original, encontrando-nos, neste caso, no domínio das práticas desenvolvidas por *Serious and Committed Amateurs* (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23). Verificando-se, nestes casos a preocupação de organizar os dados e indicar relações entre eles, encontramos no termo em latim **Monstratorem**⁸³ um possível sentido.
3. Casos resultantes de uma prática de investigação formal, mas desinteressada, em que o principal retorno se caracteriza pela

⁷⁹ Dissemino, disseminare, disseminavi, disseminatum – *to distribute widely, broadcast, disseminate* (Glare, 1982, p. 556).

⁸⁰ Ostendo, Ostendere, Ostendi, Ostentum – 1) *To hold out or presente for inspection, show, display* (Glare, 1982, p. 1274).

⁸¹ Peritus, Perita, Peritum – *Having knowledge of a thing gained from experience, practised, expert* (Glare, 1982, p. 1343).

⁸² Exhibitor, Exhibitoris – 1) *One who shows or exhibits. 2) A nourisher, sustainer* (Glare, 1982, p. 642).

⁸³ Monstratorem – 1) *One who points out, a guide. 2) One who shows (for the first time). A demonstrator* (Glare, 1982, p. 1131)

satisfação pessoal e pelo ato de se prestar um “serviço público”. Resulta, no entanto, na geração de conteúdos que se podem configurar como novo conhecimento, enquadrando-se na categoria de *Quasi-Professionals* (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23). Estávamos, portanto, na presença de informação que era construída a partir de um património comum e que reconhecia no termo em latim **Aedificator**⁸⁴ um sinónimo viável.

4. Contextos em que se observava o exercício de uma investigação de base científica, orientada por princípios de natureza académica, e cujos conteúdos disponibilizados se assumiam como novo conhecimento, situando-se no que Leadbeater identifica como *Fully-Fledged Professional* (Leadbeater & Miller, 2004, p. 23). Encontrando-nos assim no domínio da especialização de uma prática, identifica-se no termo em latim **Artifex**⁸⁵ uma possível definição desta atividade.

SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO DE PLATAFORMAS

DESÍGNIO [GÉNERO]	ORIGEM DOS DADOS [ESPÉCIE]	CONTEÚDOS GERADOS [NOME]
CONGREGO	DISSEMINO Iniciativas que se limitam a trabalhar dados provenientes de terceiros e que se restringem à sua disseminação	EXHIBITOR Casos onde a informação disponibilizada não sofre grande alteração face ao original, limitando-se a ser agrupada na temática subjacente.
	OSTENDO Iniciativas onde a informação provém essencialmente de um espólio pessoal que é disponibilizado à comunidade	MONSTRATOREM Casos onde os conteúdos disponibilizados são o resultado de práticas compiladoras de informação tratada, relacionada e apresentada numa solução original.
	PERITUS Iniciativas onde o conhecimento gerado deriva de um conjunto variado de fontes, selecionada com a intenção de se complementar.	AEDIFICATOR Casos resultantes de práticas de investigação formal mas desinteressada, que resulta na geração de conteúdos que se podem configurar como novo conhecimento.
		ARTIFEX Casos de exercício de investigação de base científica, orientada por princípios de natureza académica, e cujos conteúdos disponibilizados se assumem como conhecimento novo.

Tabela 5 - Sistema de classificação de plataformas.

⁸⁴ Aedificator – 1) *A builder, one who has buildings erected.* 2) *A maker, creator, architect* (Glare, 1982, p. 61).

⁸⁵ Artifex – 1) *The practitioner of an art.* 2) *An expert practitioner of any art, a specialist, professional, master* (Glare, 1982, p. 177).

Este procedimento de classificação dos conteúdos, sintetizado na tabela 5, permitiu-nos proceder à catalogação das tipologias das plataformas presentes na nossa amostra, resultando na seguinte tabela:

CLASSIFICAÇÃO DAS PLATAFORMAS [RESULTADOS]

CASO #	NOME	CLASSIFICAÇÃO
1	PUBLISITE	CONGREGO DISSEMINO EXHIBITOR
2	CERÂMICA MODERNISTA EM PORTUGAL	CONGREGO PERITUS ARTIFEX
4	RODAS DE VIRIATO	CONGREGO PERITUS MONSTRATOREM
6	RESTOS DE COLECÇÃO	CONGREGO DISSEMINO AEDIFICATOR
7	TYPOGRAPHIAS	CONGREGO OSTENDO EXHIBITOR
8	ALMANAQUE SILVA	CONGREGO PERITUS AEDIFICATOR
10	GARFADAS ONLINE	CONGREGO PERITUS AEDIFICATOR
15	FABRICA ALBA	CONGREGO DISSEMINO EXHIBITOR

Tabela 6 - Resultado da classificação das plataformas.

O processo de classificação permitiu-nos passar a trabalhar com distintos perfis de conteúdos gerados nas *social technologies* em detrimento de casos isolados. Se nesta primeira leitura estas participações sociais demonstravam variar entre registos de colecionadores que se limitavam a divulgar o espólio que recolhiam ou contactavam e esforços interpretativos, mais ou menos consistentes, mas não necessariamente enfeudados a metodologias ou protagonistas académicos/científicos, leituras posteriores mais detalhadas permitiram-nos identificar os principais pontos de conexão com a produção académica de conhecimento nesta área, bem como, obviamente, as suas principais diferenças, potenciadoras de oportunidades ou ameaças aos discursos oficiais da história do design português.

V.3 - **Um referente da história do design português pelos seus historiadores / Os discursos formais**

Assumindo a nossa investigação central como um projeto focado no estudo das iniciativas de construção de conteúdos de base social, que eventualmente se manifestassem relevantes para a história do design em Portugal, tornou-se importante, lateralmente, caracterizarmos e adotarmos um referente que se apresentasse como padrão do que tem sido o desenvolvimento da disciplina através dos seus principais intervenientes, nomeadamente os seus historiadores.

Como referimos no capítulo 2, esta é uma área de estudos que se encontra numa fase “pós-embrionária” onde a produção científica começa hoje a apresentar sinais de alguma estabilidade no que diz respeito aos seus métodos, à sua abrangência, à sua regularidade, e, embora em menor escala, à sua divulgação junto do público.

Tendo esta fase da investigação o principal objetivo de se proceder ao levantamento das principais características dos conteúdos presentes nestes discursos científicos, a estabilização deste conhecimento procurou assim definir o “estado da arte” da história do design em Portugal, especificamente no que diz respeito aos conteúdos disponibilizados pelos seus historiadores ao público em geral.

Nesse sentido, para a seleção da obra a tratar, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

1. Fazer o levantamento dos artefactos, autores e produtores presentes nestes conteúdos;
2. Identificar e situar cronologicamente os principais momentos associados ao tema;
3. Reconhecer e revelar a existência das conexões interdisciplinar eventualmente presentes;
4. Coligir outras tipologias de informação que se demonstrem relevantes na construção dos conteúdos publicados.

Aquando do início desta investigação encontrávamos meramente dois trabalhos de referência no que diz respeito à compilação de uma perspetiva histórica de toda a atividade do design em Portugal dirigidos ao grande público: 1) o subcapítulo do volume III da coleção *História da Arte Portuguesa*, intitulado *O design e a decoração em Portugal: 1900-1994* de Rui Afonso Santos, de 1995 (Santos, 1995); 2) A coletânea de textos *100 anos de Design Português*, publicada no anuário do CPD - Centro Português do Design, de 2000, coordenada por Maria Helena Souto e constituída por

diversos artigos da sua autoria, de Rui Afonso Santos, Margarida Acciaiuoli, João Paulo Martins, Ana Tostões e Nuno Lacerda Lopes (CPD Centro Português de Design, 2000).

Verificou-se assim que, no que diz respeito à seleção de um trabalho padrão sobre a história do design em Portugal, poderíamos assumir uma das três hipóteses que se configuravam:

1. a seleção do trabalho de Rui Afonso Santos;
2. a eleição da coletânea de textos publicada pelo CPD;
3. a opção por ambos, assumindo-os como complementares.

Uma primeira leitura atenta permitiu-nos recolher as principais características de ambos os trabalhos e, assim, tomar uma decisão estruturada e fundamentada. Iniciando com o texto de Rui Afonso Santos, verificámos que este apresenta uma estrutura cronológica "clássica", onde o autor vai situando os principais movimentos e autores que se dedicaram às artes decorativas e ao design em Portugal, desde o fim do século XIX e até 1994, assinalando os seus principais feitos, principalmente no que diz respeito à produção das suas obras mais emblemáticas. Procurando sempre contextualizar esta atividade dentro de uma visão mais ampla, nomeadamente inserindo-a nos principais movimentos artísticos internacionais, Rui Afonso Santos procura recorrentemente identificar e relacionar as influências que as produções destes autores revelavam, muitas vezes socorrendo-se da faceta biográfica dos mesmos, referindo a sua formação académica e o seu percurso profissional enquanto justificativo de muitas das suas opções projetuais. Embora também se tenha verificado que, pontualmente, o autor procurasse trazer para a sua obra o panorama das grandes transformações sociais, nacionais e internacionais, será igualmente justo afirmar que a sua principal reflexão não se situa na relação da disciplina com a sociedade, mas antes no contexto da sua afinidade com as artes em geral e, em particular, com as artes decorativas.

Estamos, no entanto, na presença de um texto muito coerente sobre o que foi a história do design no nosso país até 1994 e "*um dos textos mais referenciados a nível nacional*" (Barbosa, 2011, p. 37). A sua visão abrangente sobre o tema resulta numa obra incontornável que, embora muito enraizada nas premissas da história da arte, apresentou ao público em geral, pela primeira vez, a evidência da existência de uma história desta disciplina que até então se tinha remetido a escassas referências em obras dedicadas à produção artística nacional ou à produção industrial.

No que diz respeito à coletânea de textos *100 anos de Design Português*, publicada no anuário do CPD em 2000, encontramos um trabalho dentro da mesma delimitação temporal, ou seja, fim do século XIX

até final do século XX, no entanto, subdividido em capítulos, também eles indexados à lógica cronológica do trabalho. Embora estes nem sempre apresentem a mesma baliza temporal, no que se refere ao número de anos abrangidos, verificou-se que existiu a intenção de salvaguardar a noção de década em cada um deles — por norma abrangendo uma ou duas décadas — sendo esta interrompida apenas quando se verificam grandes transformações sociais, como é o caso do capítulo “1960 – 1974”, que termina na revolução de 25 de abril de 1974.

Resultando assim numa obra com sete capítulos, da autoria de seis autores distintos, entre os quais o anteriormente referido Rui Afonso Santos, este conjunto de textos apresentava a mais valia de, em torno do mesmo objeto de estudo, ser possível analisar as abordagens que os diferentes autores assumem no seu papel de historiadores do design em Portugal. Uma primeira leitura permitiu-nos, imediatamente, verificar como alguns dos discursos continuam mais próximos da tradição da história da arte, centrando no autor o foco da sua análise, e, por lado, como esse foco diverge para outras questões, tais como as tecnologias emergentes, as condicionantes sociais ou as políticas governamentais. De referir ainda que a inclusão de uma barra cronológica única, que acompanha os sete capítulos, oferece ao leitor a possibilidade de, em simultâneo, fazer o enquadramento cronológico dos temas relacionando-os com marcos históricos importantes, quer ao nível nacional quer internacional. Este é um recurso gráfico que resulta do facto de, no que diz respeito à sua paginação, esta obra ter sido publicada num formato mais próximo da revista, acabando igualmente por favorecer o texto com a inclusão de variadas imagens coloridas, algumas em dimensões generosas.

Face a esta análise, considerámos que seria mais enriquecedor para a investigação trabalharmos a partir da obra *100 anos de Design Português*, pois a mais valia de refletir a riqueza da multiplicidade dos discursos de diversos historiadores apresentava-se como um dos argumentos mais robustos, tendo em consideração que procurávamos precisamente um texto que pudesse ser o reflexo do que vinha sendo a instituição da disciplina no nosso país.

No mesmo sentido, a não opção pelo trabalho *O design e a decoração em Portugal: 1900-1994*, de Rui Afonso Santos, justifica-se também pelo facto de que, para além de já estarmos a abranger a sua visão ao optarmos pela segunda opção, a sua inclusão como obra complementar, que compreende um período muito extenso e da autoria de um único historiador, pudesse contaminar os resultados da análise global.

Já na fase final da nossa investigação surgiu a publicação da coleção *Design Português*, com coordenação de José Bartólo, inserida na iniciativa governamental "Ano do Design Português" e distribuída semanalmente com o jornal "Público". Este conjunto de oito volumes apresenta uma estrutura em tudo semelhante ao conjunto de textos *100 anos de Design Português*, fazendo a atualização de muitos dos seus conteúdos, nomeadamente no que diz respeito à segunda metade do século XX, e expandindo-os até ao início do século XXI. Esta obra tem ainda a mais valia de compilar muito do conhecimento científico produzido nos últimos anos, onde a disciplina da história do design em Portugal tem conseguido manter uma atividade regular significativa, e, desta forma, torná-la acessível ao grande público.

Contudo, por imperativos cronológicos, já não nos foi possível dedicar a atenção que este trabalho requeria para ser incluído na nossa investigação.

V.3.1 - 100 anos de Design Português / *Gathering Rich Data*

Publicada em 2000, no âmbito da Campanha de Sensibilização para o Design, igualmente promovida pelo Centro Português de Design, a obra denominada "O Tempo do Design - Cadernos de Design Anuário 2000" assumia no seu editorial *"a tarefa de dar acolhimento às ideias sobre o design, sob dois temas predominantes: o da história, ou do passado e por outro lado o do(s) ambiente(s) do presente, e se quisermos, do futuro"* (CPD Centro Português de Design, 2000, p.4). Adotando a estrutura de um anuário, onde se procurava fazer o registo da diversa produção relacionada com a atividade do design em Portugal no ano anterior, esta edição em particular, publicada na transição do século XX para o século XXI, fazia-se preceder de uma contextualização histórica denominada *"100 Anos de Design Português"*. Com a coordenação da historiadora Maria Helena Souto, esta iniciativa apresentava-se em sete textos dedicados à história do design em Portugal, uma bibliografia da produção editorial portuguesa dedicada ao tema, um artigo sobre as instituições do design em Portugal e uma seleção de objetos de design português, da responsabilidade do Curso de Design da Universidade de Aveiro, denominada *"Design Português – Um outro olhar"*.

Pedro Brandão, à altura presidente do CPD, escrevia no texto introdutório: *"Está por fazer uma história do design em Portugal. (...) Se alguns aspetos da cultura visual que convivem estreitamente com a história do design, como a arquitetura, têm hoje uma historiografia mais ou menos documentada outros, como a fotografia ou o cinema, também terão de ser relacionados com a história do design, a par dos aspetos sociais da cultura do quotidiano como os hábitos de consumo, a moda e outros tantos"* (CPD Centro Português de Design, 2000, p.34).

Assumia-se assim a complexidade de apresentar, no início do século XXI, um panorama genuíno do que havia sido a realidade da disciplina até então, ao mesmo tempo que se justificava que os textos publicados não pretendiam *"deixar uma sistematização globalizante, mas tão só uma leitura impressiva, ela própria apontando já para um universo complexo e multifacetado, de que se fará a história do design."* (CPD Centro Português de Design, 2000, p.34). Para tal, são publicados sete textos, dedicados às diferentes décadas da história do design em Portugal (do fim do século XIX ao fim do século XX) que apresentavam a autoria de seis investigadores distintos, a saber:

1. *"1900 – 1920"* da autoria de Maria Helena Souto, com 12 957 caracteres;
2. *"Anos 20"*, Rui Afonso Santos, com 17 593 caracteres;
3. *"Anos 30"*, Margarida Acciaiuoli, com 14 725 caracteres;
4. *"Anos 30 – 40"*, João Paulo Martins, com 15 335 caracteres;
5. *"Anos 50"*, Ana Tostões, com 12 679 caracteres;
6. *"1960 – 1974"*, Ana Tostões e João Paulo Martins, com 14 371 caracteres;
7. *"Os anos 80/90"*, Nuno Lacerda Lopes, com 12 790 caracteres.

É neste conjunto de publicações que encontramos assim uma das mais fiéis "radiografias" sobre o tema, dirigidas a um público abrangente, e que indiciava que os alicerces da disciplina da história do design português estavam instituídos, nomeadamente no que diz respeito à qualidade da investigação desenvolvida e à quantidade de investigadores que lhe surgiam associados.

Esta conjugação de fatores torna a seleção deste trabalho natural, pois, tal como referido anteriormente, procurávamos nesta fase da investigação proceder à análise detalhada de uma obra de referência sobre o design português, que fosse representativa da investigação desenvolvida nesta área de estudos e apresentasse uma visibilidade pública considerável.

A seleção deste "referente" da história do design português permitiu-nos assim avançar na investigação, procedendo-se à fase de codificação dos dados. Tratando-se, desta vez, de textos de tipologia análoga, foi decidido desenvolver uma abordagem *line-by-line coding* (Charmaz, 2006, p. 57) concretizada através da implementação das metodologias Análise de Conteúdo e de Redução de Dados e Codificação (C. P. Coutinho, 2014, pp.

216-217). Novamente recorrendo ao apoio do software NVivo⁸⁶, foi aplicada à partida a grelha de códigos estabelecidos no processo de codificação desenvolvido anteriormente (ver tabela 7), confrontando-a com os novos dados durante as três dimensões estruturais desta metodologia: *pré-análise*, *exploração do material* e *tratamento dos resultados* (C. P. Coutinho, 2014, pp. 218-220). Este processo correspondeu a três iterações de decomposição dos textos, onde se foram ajustando as categorias pré-existentes e a respetiva nova codificação que emergia dos dados analisados, resultando numa nova tabela que, embora baseada na anterior, apresentava algumas omissões — por não encontrarmos dados que se adequassem — e novidades — quando se verificou a existência de novas tipologias de dados:

CODING IN GROUNDED THEORY PRACTICE	ANÁLISE DE CONTEÚDO
1. Artefacto	1. Artefacto
2. Comentários	
2.1. acrescenta	
2.1.1. Historicista	
2.1.2. Técnica	
2.2. Correção	
2.3. Pessoal / emocional	
2.4. Requisita informação	
3. Cronologia	2. Cronologia
4. Designer / autor	3. Designer / autor
5. Imagens	
5.1. Originais	
5.2. Terceiros	
5.2.1. Fontes analógicas	
5.2.2. Fontes digitais	
6. Cliente	4. Cliente
6.1. autónomo	4.1. autónomo
6.2. estado	4.2. estado
6.3. privado	4.3. privado
7. Influências / Características	5. Influências / Características
	6. Instituições
	7. Local
8. Produtor / Empresa	8. Produtor / Empresa
9. Texto	9. Texto

⁸⁶ http://www.qsrinternational.com/products_nvivo.aspx

9.1. Biográfico / Historicista	9.1. Biográfico / Historicista
9.2. Citação	9.2. Citação
9.3. Links	
9.4. Pessoal / emocional	9.3. Pessoal / emocional
9.5. Promoção / Divulgação	
9.6. Referências	9.4. Referências
9.7. Técnico	9.5. Técnico
10. Visibilidade	
10.1.1. Evento	10. Eventos
10.1.2. Prémios	11. Prémios
	12. Tipologia
	12.1. Cenografia
	12.2. Design Cerâmica e Vidro
	12.3. Design de Brinquedos
	12.4. Design de Exposições
	12.5. Design de Interiores
	12.6. Design de Mobiliário
	12.7. Design de Produto (outros)
	12.8. Design Gráfico
	12.9. Design têxtil

Tabela 7 - Lista de códigos: relação entre as duas fases de análise de conteúdos

V.3.1.1 – Análise dos dados

O processo de seleção dos textos a trabalhar, anteriormente descrito, garantiu-nos que o conjunto de dados disponíveis para análise se enquadravam dentro dos parâmetros convencionais de um processo de análise de dados, tal como definido por Clara Pereira Coutinho (2014, p. 218). Tal como ficou demonstrado, o conjunto de textos “100 Anos de Design Português” compilavam no seu conjunto a totalidade da amostra a estudar, assegurando assim a sua **exaustividade** e **representatividade** do universo de estudo. Simultaneamente, o facto de se tratarem de textos de historiadores reconhecidos, focados na história do design em Portugal e procedentes de investigações académicas credenciadas, assegurava-nos que a **homogeneidade** da tipologia de dados e a sua **pertinência** estariam igualmente garantidas.

A primeira leitura do material, denominada por Laurence Bardin por “leitura flutuante” (2013), revelou-nos ainda que, quanto à **exclusividade**

dos dados, estes apresentavam a particularidade de serem muito ricos quanto à sua multiplicidade de índices teóricos, os quais nos permitiriam dar origem a uma ampla categorização a partir da qual poderíamos nortear a investigação e gerar hipóteses.

Avançando para o processo exploração do material adotando assim um método de redução de dados à partida condicionado, pois procurou-se, sempre que possível, manter a codificação previamente desenvolvida, tornou-se fundamental que, desde início, se procurasse nestes novos dados a correspondência de classes representativa dos conteúdos agora abordados. Foi dessa forma que as variadas leituras dos dados subsequentes nos encaminharam para a estabilização de um conjunto de rubricas consistentes, nomeadamente no que diz respeito à sua (C. P. Coutinho, 2014, p. 221):

- **homogeneidade**, ou seja, na maioria dos casos verificava-se a sua presença nos diferentes textos analisados;
- **pertinência**, todas elas iam ao encontro dos objetivos definidos pela investigação em curso;
- **produtividade**, ou seja, os seus resultados eram recorrentemente férteis em novas deduções.

Após as duas primeiras iterações de análise de conteúdos foi possível estabelecer as categorias e subcategorias que se revelaram coincidentes, bem como identificar as suas principais particularidades que serviriam de base ao processo de análise de conteúdos:

- **artefacto**: categoria onde se incluíram todas as referências específicas a artefactos de origem portuguesa relevante para a história do design;
- **cliente**: subdividida em três subcategorias, **estado**, **privado** e **autónomo**, esta categoria abarcava as citações alusivas ao cliente que encomenda o projeto, ao mesmo tempo enquadrando-o na sua origem estatal ou privada, ou ainda, caso se verificasse, se este era de iniciativa autónoma, ou seja, do próprio autor.
- **cronologia**: relativa às indicações cronológicas citadas nos textos;
- **designer/autor**: incluía a informação dos autores especificamente mencionados;
- **eventos**: categoria onde foi retida a informação relativa aos eventos referidos pelos autores;
- **influências/características**: referente às descrições dos artefactos ou projetos que incidissem especificamente sobre

as suas características formais e as influências estilísticas que estes apresentavam;

- **instituições:** categoria onde se incluíram as indicações referentes às instituições historicamente associadas ao design em Portugal;
- **local:** continha as indicações geográficas relativas aos casos apresentados;
- **prémios:** retinha as informações alusivas ao reconhecimento dos trabalhos sob a configuração de prémio;
- **produtor:** categoria onde se coligiu a informação relativa aos produtores nomeados nos textos;
- **tipologia:** nesta última secção integrou-se as referências ao nível da tipologia do projeto. Não obedecendo a qualquer nomenclatura previamente estabelecida, as subcategorias foram sendo definidas em função da informação tratada e ajustadas nas análises subsequentes. Definiu-se que sempre que uma tipologia de projeto era referida mais do que uma vez, essa daria origem a uma subcategoria. Os casos isolados seriam agrupados noutras subcategorias, mais amplas, que os pudessem reunir em função de outras características, como é o exemplo da subcategoria “design de produto”, onde se optou por classificar toda a produção tridimensional cujas características materiais ou funcionais não fossem suficientes para constituir uma categoria autónoma.

Assim, após as várias iterações de análise dos dados obteve-se a seguinte listagem:

- **cenografia:** projetos relacionados com o teatro e a cenografia;
- **design de cerâmica e vidro:** realizações que se encontrassem dentro do domínio da produção cerâmica e vidreira;
- **design de brinquedos:** artefactos desenvolvidos no âmbito da indústria de brinquedos;
- **design de exposições:** projetos de desenho de espaços com carácter temporário;
- **design de interiores:** iniciativas de desenho de espaços com carácter permanente;
- **design de mobiliário:** artefactos desenvolvidos no âmbito da indústria de mobiliário;
- **design de produto:** artefactos individuais, de configuração tridimensional, que não se incluíssem nas restantes categorias;

- **design gráfico:** todos os projetos em que a tipologia relativa ao design gráfico era a mais presente;
- **design têxtil:** incluía as iniciativas dedicadas à indústria da moda e têxteis em geral.

V.3.2 - Tratamento dos resultados / *memo-writing*

A estabilização das categorias de análise permitiu-nos avançar no tratamento dos dados, nomeadamente na inventariação das referências neles contidas. Este processo de **enumeração** (C. P. Coutinho, 2014, p. 220) consistiu na contagem das unidades de registo que, com o apoio do software de análise de dados qualitativos, nos foram possibilitando, numa primeira fase, constituir quadros representativos das **frequências e intensidades** registadas, e, em fases posteriores, estudos mais detalhados no que diz respeito à **ordem de aparição e concorrência**, ou seja, sobre o posicionamento cronológico dos dados e sobre a associação de categorias.

Assim, tal como podemos observar na tabela 8, no que diz respeito à frequência de unidades de registo na globalidade dos textos analisados, verifica-se uma forte incidência nas referências diretas a nomes de autores, com 360 registos, o que representa quase o dobro da categoria seguinte, "tipologia", que surge referida em 190 ocasiões, e mais do dobro do terceiro lugar, "artefacto", com 179 indicações. Esta última é acompanhada de muito perto pelas categorias "cliente" (159 citações) e "cronologia" (157).

Categoria	Subcategoria	Fontes	Referências
1. artefacto		7	179
2. cliente		7	159
	2.1. Autónimo	2	4
	2.2. Estado	7	46
	2.3. Privado	6	109
3. cronologia		7	157
4. designer/autor		7	360
5. eventos		7	58
6. influências/características		7	41
7. instituições		2	10
8. local		7	32
9. produtor/empresa		6	71
10. prémios		3	3
11. tipologia		7	190
	11.1. Cenografia	1	2

11.2.	Design Cerâmica e Vidro	4	12
11.3.	Design Gráfico	5	12
11.4.	Design Têxtil	2	3
11.5.	Design de Brinquedos	2	4
11.6.	Design de Exposições	4	29
11.7.	Design de Interiores	5	89
11.8.	Design de Mobiliário	5	30
11.9.	Design de Produto (outros)	2	9

Tabela 8 - Frequência das unidades de registo

De uma forma muito generalista, podemos começar por concluir que os textos se enquadram na lógica do discurso “heroicista”, tal como referido por Attfield (2000), onde o papel do designer/autor é valorizado acima de qualquer outro indicador. Verificando-se que as referências específicas aos artefactos e às suas tipologias, atingem apenas cerca de metade deste valor, leva-nos igualmente a acreditar que estes temas são maioritariamente abordados como sub-temática de uma história que é feita pelos seus autores.

No sentido inverso, regista-se que a categoria “prémios” é a que surge com menos referências associadas. Este facto poderá estar relacionado, por um lado, com a própria falta de reconhecimento da produção de artefactos portugueses, ou, por outro, com a desvalorização deste indicador por parte dos historiadores, preferindo fundar as suas apreciações noutros apontadores. Esse poderá, eventualmente, ser o caso dos enquadramentos estéticos em movimentos artísticos internacionais, tal como nos indica a categoria “influências/características”, que surge com 41 indicações, que permite verificar a clara influência da herança da história da arte, nomeadamente na valorização deste indicador em detrimento do reconhecimento por pares, tradicionalmente aplicado nos processos de premiação de projetos em design.

No mesmo sentido, procedendo à análise individual de cada texto, conseguimos retirar algumas conclusões prévias que, atendendo à sua estratificação cronológica, podemos estender à observação de eventuais tendências que se pudessem registar entre as diferentes décadas.

Assim, na tabela 9 apresenta-se a compilação das unidades de registo distribuídas pelos sete textos analisados e, na figura 63, a representação gráfica da relação entre eles.

	1900-20	anos 20	anos 30	anos 30-40	anos 50	1960-1974	anos 80-90
1 - artefacto	13	44	12	26	39	29	16
2 - cliente	13	39	12	26	39	26	3
2.1 - autónomo	2	2	0	0	0	0	0
2.2 - estado	7	7	12	9	4	5	2
2.3 - privado	4	30	0	17	35	22	1
3 - cronologia	11	45	10	23	26	25	17
4 - designer/autor	34	143	25	26	35	63	34
5 - eventos	2	20	14	3	6	7	6
6 - influências/ características	8	11	2	7	2	7	4
7 - instituições	0	0	0	0	0	7	3
8 - local	8	8	3	5	1	5	2
9 - prémios	1	0	0	0	0	1	1
10 - produtor/ empresa	1	17	0	26	2	19	6
11 - tipologia	10	43	12	26	38	29	16
11.1 - Cenografia	0	2	0	0	0	0	0
11.2 - Design Cerâmica e Vidro	2	3	0	0	4	3	0
11.3 - Design de Brinquedos	0	1	0	3	0	0	0
11.4 - Design de Exposições	5	10	12	0	0	2	0
11.5 - Design de Interiores	2	19	0	20	35	13	0
11.6 - Design de Mobiliário	0	6	0	2	5	7	10
11.7 - Design de Produto (outros)	0	0	0	0	0	3	6
11.8 - Design Gráfico	1	1	0	1	5	4	0
11.9 - Design Têxtil	0	2	0	0	0	1	0

Tabela 9 - Compilação das unidades de registo distribuídas pelos textos analisados

TOTAL DE UNIDADES DE REGISTO

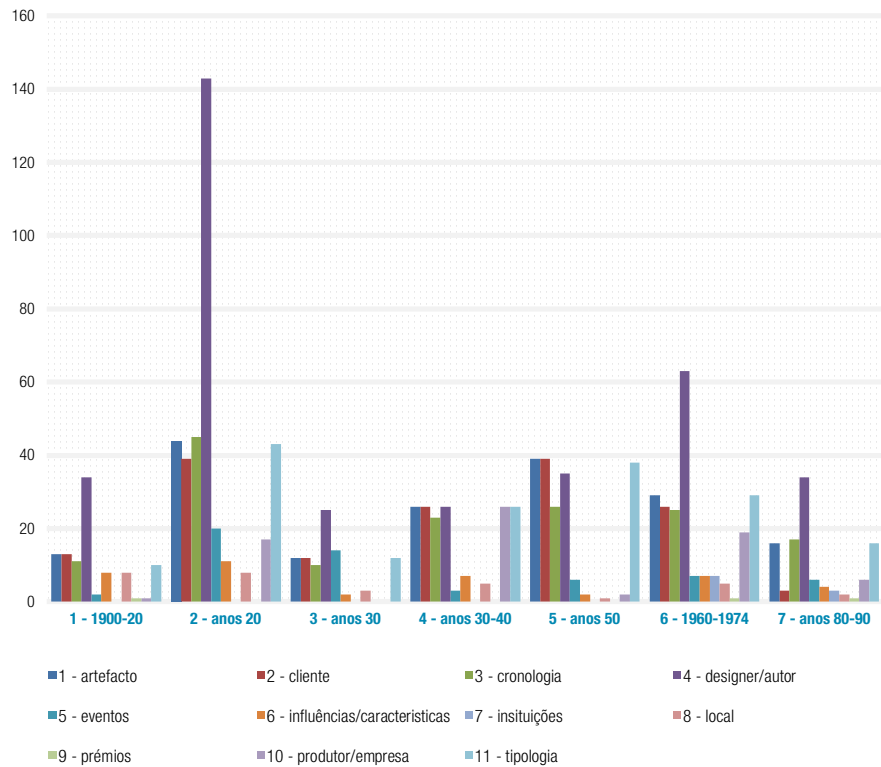


Fig. 63 - representação gráfica das unidades de registo distribuídas pelos textos analisados

A observação destes dados permite-nos imediatamente verificar que, no geral, todos os indicadores recolhidos na análise do texto "Anos 20" se encontram acima dos registados nos outros textos, com especial destaque para a categoria "designer / autor" que assinala um valor superior ao dobro em relação ao texto "1960 – 1974", que surge como o segundo com mais registos, e mais do que triplica em relação aos restantes. A esta circunstância não será alheio o facto deste capítulo apresentar como autor o historiador Rui Afonso Santos, e nele se apresentar, em grande parte, uma revisão e atualização dos conteúdos sobre o design e a decoração nos anos 20 em Portugal, também de sua autoria e previamente publicados na obra *História da Arte Portuguesa*, anteriormente referida.

Contudo, tal como também já foi mencionado, confirma-se que a categoria "Designer / Autor" é maioritariamente a que mais entradas regista, não se verificando este facto em apenas um dos casos, tal como as restantes categorias que, quando analisadas individualmente em cada um dos textos, mantêm quase sempre a mesma relação hierárquica verificada nos resultados globais.

É nesse mesmo sentido que, procedendo a uma leitura individualizada de cada uma das categorias em cada um dos textos, conseguimos proceder à análise da **concorrência** (C. P. Coutinho, 2014, p. 220) que os dados apresentam entre si.

Tomando como exemplo a primeira categoria, “artefacto”, e tal como apresentado na figura 64, podemos observar que, apesar da já referida exceção do texto “Anos 20”, as suas unidades de registo apresentam um crescimento regular até à década de 50 — curiosamente o único texto onde a categoria “Designer/autor” não surge como a mais citada (fig. 65), voltando depois a decair.

ARTEFACTO

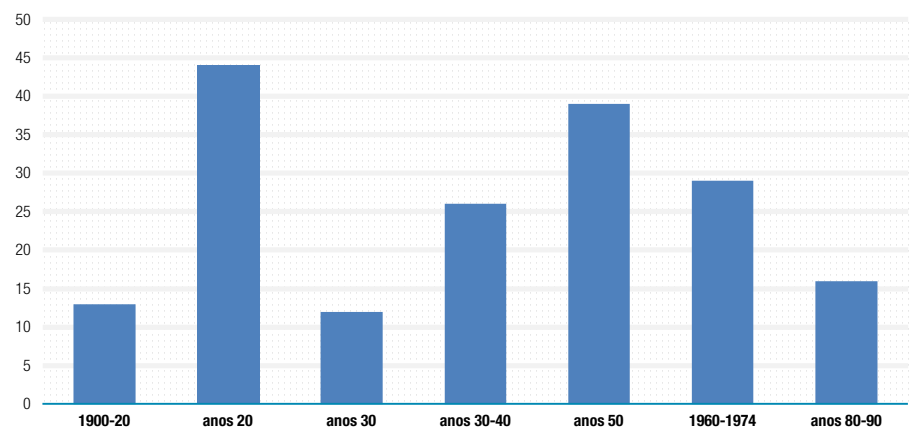


Fig. 64 - Presença da categoria “artefacto” nos sete textos analisados

ARTEFACTO / DESIGNER

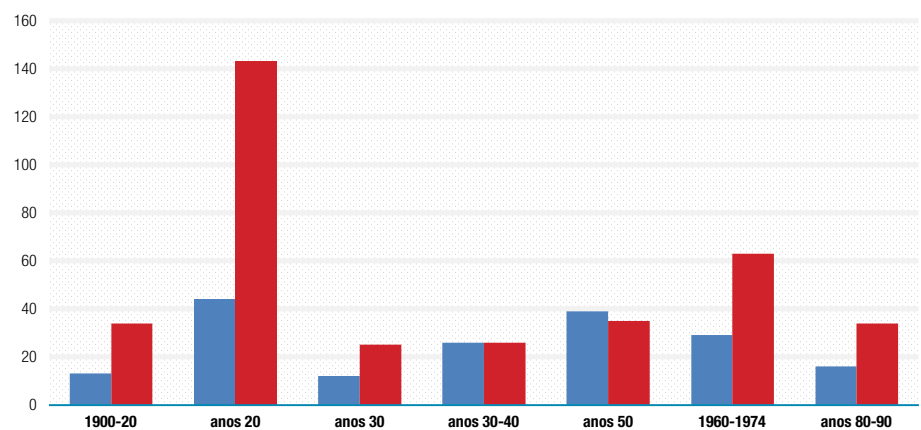


Fig. 65 - Presença das categorias “artefacto” e “designer/autor” nos sete textos analisados

Uma nova leitura exclusiva ao texto “Anos 50” revelou-nos que este resultado é fruto da predominância de conteúdos muito focados nas grandes obras de “projecto global” (CPD Centro Português de Design, 2000, p.62), onde a autoria se encontra centrada num ou dois indivíduos e a produção de artefactos é vasta. São exemplo desta realidade os projetos dos diversos cafés de Victor Palla e Bento de Almeida, das lojas de Conceição e Silva e de Keil do Amaral, entre muitos outros. Retendo, assim, deste contexto que esta tipologia de produção de artefactos conheceu o seu auge na década de 50 voltando a perder espaço das décadas subsequentes.

No mesmo sentido, e no que diz respeito à análise da categoria “cliente”, voltamos a encontrar um panorama regular, tendo em consideração algumas das condições anteriormente mencionadas — surgindo unidades de registo desta categoria em todos os textos —, permitindo-nos assumir que este é um dos fatores que, do ponto de vista da história do design em Portugal, é valorizado pelos seus historiadores.

CLIENTE

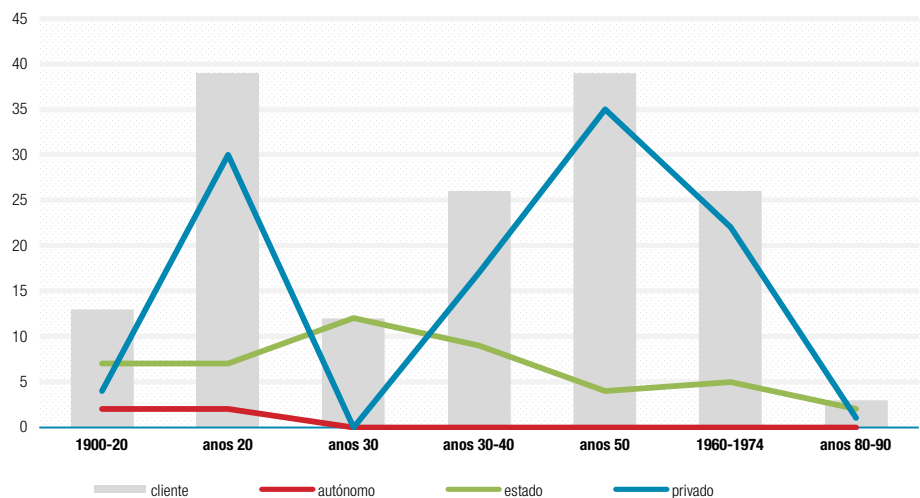


Fig. 66 - Presença da categoria “cliente” e das suas subcategorias nos sete textos analisados

Contudo, foi na comparação das suas subcategorias que encontrámos dados menos constantes e, consequentemente, mais intrigantes. Tal como podemos observar na figura 66, verifica-se no texto “Anos 30” uma completa ausência de referências a projetos de iniciativa privada. Obviamente este não será o retrato fiel da realidade produtiva da década de 30, até porque o texto “Anos 30 – 40” volta a apresentar indicadores regulares, mas antes resultado do especial enfoque dado às exposições em que Portugal esteve presente durante os anos 30,

promovidas por António Ferro e que culminaria na grande Exposição do Mundo Português de 1940, realizada em Lisboa.

Esta fase da investigação foi-nos permitindo observar como o processo de redução dos dados, a que os textos foram sujeitos, eram reveladores da sua natureza editorial, expondo as abordagens e decisões dos seus autores, que, em muitas situações, estão mais próximas de desígnios individuais do que de uma metodologia específica e abrangente, comum a todos os historiadores. Da mesma forma que encontramos categorias perfeitamente estabilizadas e concordantes entre todos os casos, como na categoria "cronologia" (fig. 67), na categoria "eventos" (fig. 68) e na categoria "influências / características" (fig. 69), o que se observou foi que em muitas situações os dados recolhidos são muito mais contrastantes, como no caso das categorias "instituições" (fig. 70), "prémios" (fig. 71) e "produtor/empresa" (fig. 72).

CRONOLOGIA

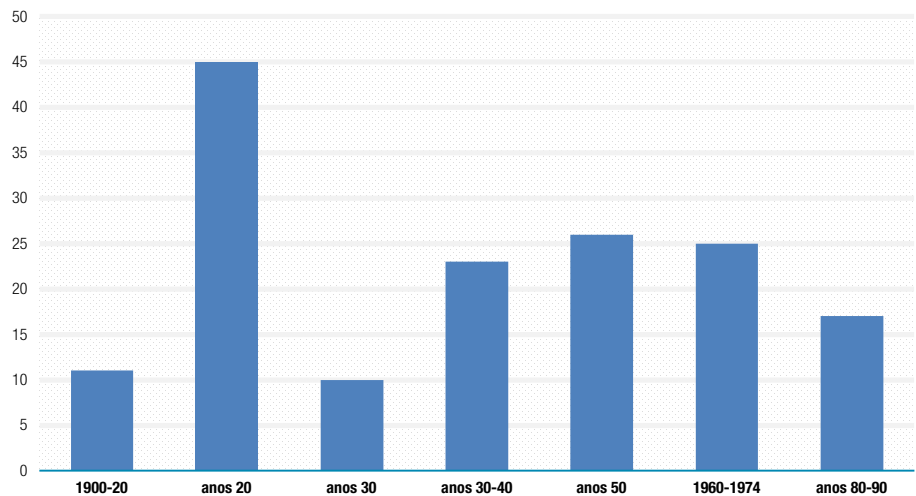


Fig. 67 - Presença da categoria "cronologia" nos sete textos analisados

EVENTOS

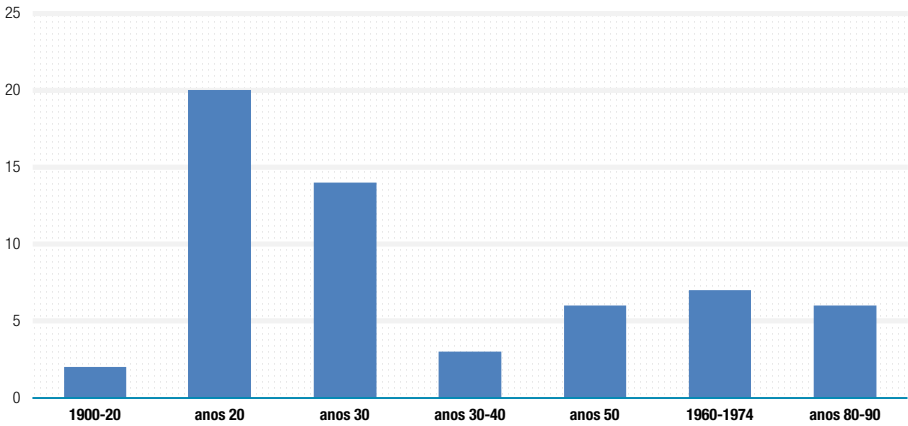


Fig. 68 - Presença da categoria "eventos" nos sete textos analisados

INFLUÊNCIAS/CARACTERÍSTICAS

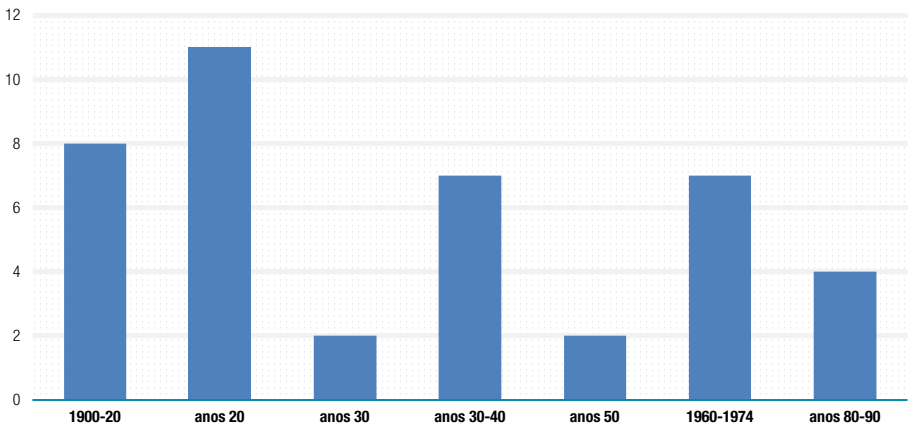


Fig. 69 - Presença da categoria "influências/caraterísticas" nos sete textos analisados

INSTITUIÇÕES

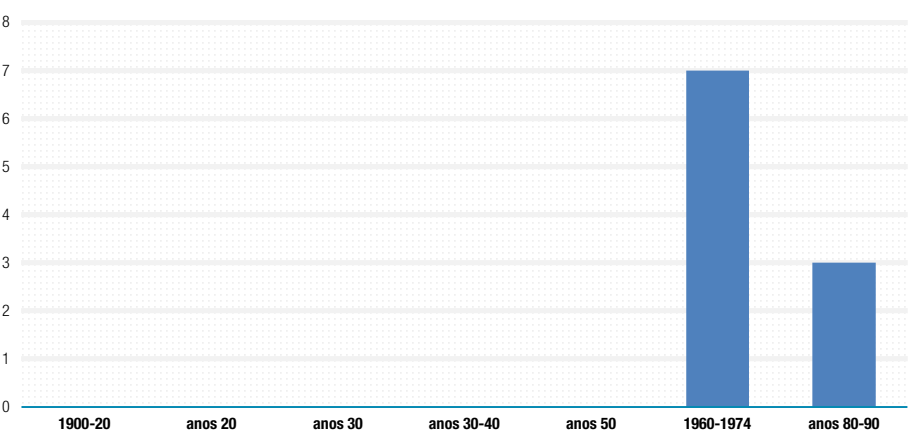


Fig. 70 - Presença da categoria "instituições" nos sete textos analisados

PRÉMIOS

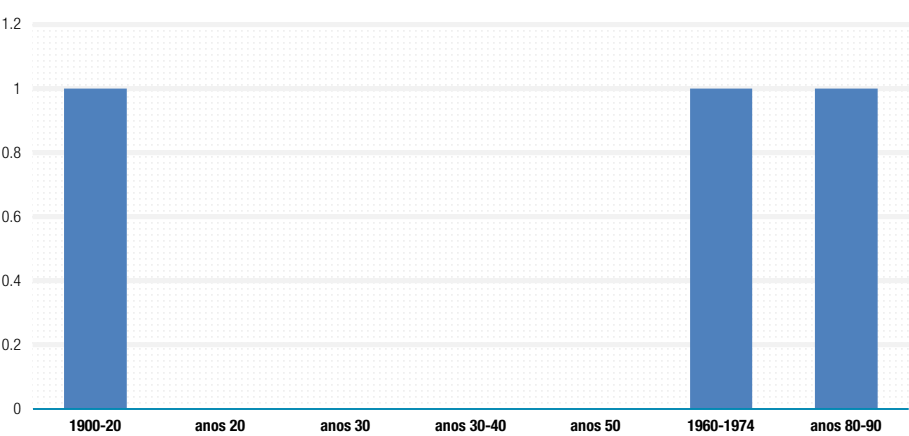


Fig. 71 - Presença da categoria "prêmios" nos sete textos analisados

PRODUTOR/EMPRESA

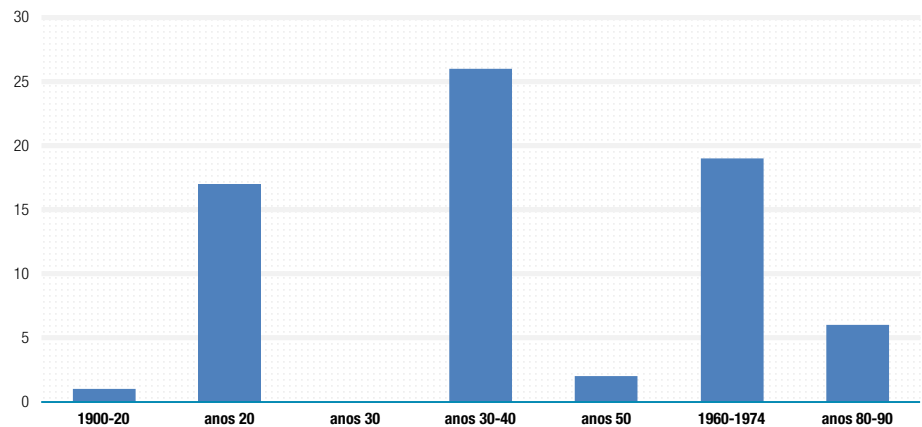


Fig. 72 - Presença da categoria "produtor/empresa" nos sete textos analisados

Esta é uma realidade cujas divergências verificadas julgamos serem demonstrativas da ausência de um discurso homogêneo da própria disciplina da história do design, tal como discutido no capítulo 2. Um olhar atento permite-nos observar que as categorias uniformes são precisamente as que herdam conceitos muito presentes na história da arte, como a "cronologia" e "influências / características", e as mais heterogêneas as que introduzem novos elementos, como "clientes" ou "produtor/empresa".

Por fim, ainda no que se refere à análise das unidades de registo, foi igualmente importante debruçar-nos sobre os resultados assinalados na categoria "tipologias" e nas suas subseqüentes subcategorias (fig. 73).

TIPOLOGIAS/SUBCATEGORIAS

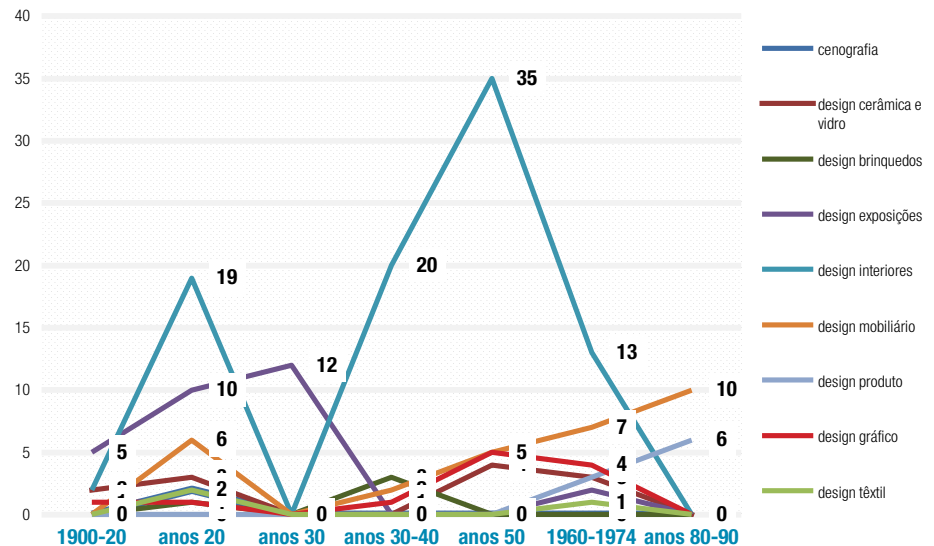


Fig. 73 - Presença da categoria "tipologias" e das suas subcategorias nos sete textos analisados

A análise global dos dados permitiu-nos observar os eventuais focos de interesse dos historiadores no que diz respeito à tipologia dos projetos por si enunciados e, em simultâneo, estruturar a sua dispersão cronologicamente.

Essa realidade mostrou-nos a clara predominância do foco nas iniciativas dedicadas ao design de exposições no início do século XX, que se mantêm a par com o design de interiores, nos anos 20, e a sua total monopolização no texto dedicado aos anos 30, pelas razões anteriormente citadas. É a partir desse momento que se assiste a uma inversão dos resultados, onde a sinalização de projetos de design de exposições praticamente desaparece dando lugar apenas ao design de interiores, sendo neste período — anos 40 a 60 — que se assiste aos grandes projetos autorais, de "obra total", executados, sobretudo, por arquitetos e "artistas gráficos" e que encontram grande implementação nas realizações de novas construções ou renovações de lojas, cafés e outros espaços de comércio.

Assiste-se ainda ao surgir de "subprojectos", no sentido em que foram desenvolvidos no âmbito destas empreitadas, e que se enquadram noutras tipologias, tais como o "design gráfico", "design de cerâmica e vidro" e "design de mobiliário". É, inclusive, esta última tipologia que, a par com "design de produto", se revelam as mais presentes no último texto, "Anos 80-90", expressando assim a sua forte presença no domínio da história do design português neste período — embora mantenha uma presença regular em praticamente todas as épocas anteriores. É de salientar ainda a crescente representação que a tipologia "design de

produto” assume dos anos 60-70 em diante, revelando assim a diversidade de tipologias de projetos a que a indústria nacional se dedica, e procura afirmar, desde então.

Contagem de palavras

O tratamento de dados recorrendo ao apoio do *software* NVivo permitiu-nos igualmente desenvolver um conjunto de análises baseadas na contagem automática das palavras mais utilizadas nos textos. Definindo como constrangimentos que estas teriam de ter um tamanho mínimo de 4 letras, o que nos permitiu eliminar da pesquisa principalmente artigos e preposições e um conjunto de outras palavras sem relevância para a pesquisa, procedeu-se novamente a uma apreciação global do conjunto dos sete textos e a análises individuais dedicadas a cada um destes.

Começando por observar os resultados da contagem do total de todos os textos (tabela 10) confirmou-se que, tal como seria expectável, a palavra design surgia como a mais presente em toda a obra.

Contagem de palavras dos sete textos analisados (top 30)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Porcentagem	Similares consideradas
design	6	105	0,98%	design
exposição	9	87	0,81%	exposição
novos	5	72	0,67%	nova, novas, novo, novos
produção	8	53	0,49%	produção
Portugal	8	52	0,48%	Portugal
anos	4	49	0,46%	anos
mobiliário	10	45	0,42%	mobiliário
nacional	8	40	0,37%	nacional, nacionalismo, nacionalista, nacionalistas
arquitetos	11	39	0,36%	arquiteto, arquitetos
industrialmente	15	38	0,35%	industrial, industrialista, industrialmente
casa	4	36	0,34%	casa, casas,
portuguesa	10	36	0,34%	portuguesa, portuguesas, portugueses
artes	5	33	0,31%	artes
lisboa	6	31	0,29%	lisboa
ferro	5	30	0,28%	ferro
português	9	30	0,28%	português
grandes	7	29	0,27%	grande, grandes
gosto	5	29	0,27%	gosto, gostos
pavilhão	8	28	0,26%	pavilhão
indústria	9	27	0,25%	indústria, indústrias
processo	8	26	0,24%	processo, processos

arquiteturas	13	26	0,24%	arquitetura, arquiteturas
exposições	10	26	0,24%	exposições
silva	5	24	0,22%	silva
arte	4	22	0,21%	arte
costa	5	22	0,21%	costa
António	7	21	0,20%	António
internacional	13	21	0,20%	internacional
lino	4	19	0,18%	lino
bordalo	7	17	0,16%	Bordalo

Tabela 10 - Contagem de palavras na globalidade dos textos

No entanto, foi com alguma surpresa que se apurou que o termo que figurava na segunda posição correspondia a “exposição”. A leitura mais óbvia, leva-nos a crer que há uma grande presença do design de exposições na história do design português, tal como verificámos anteriormente, e/ou que a ocorrência de exposições relacionadas com a atividade do design será um dos indicadores mais presentes nas preocupações dos historiadores da disciplina. É no mesmo sentido que se pode justificar a presença do termo “novos” em terceiro lugar e “produção” em quarto pois são igualmente reveladores da intenção de se apresentar uma história do design construída a partir das “novidades” emergentes em cada uma das décadas abordadas.

O recurso às palavras “Portugal”, que figura na quinta posição, “nacional”, na oitava, e “portuguesa”, na décima segunda, acabou por não apresentar qualquer novidade tendo em conta o tema, tal como se apresentou óbvia a presença do termo “anos”, na sexta posição.

É no sétimo lugar que se voltou a encontrar um novo indicador interessante, com a presença do termo “mobiliário”, revelador igualmente da importância deste sector de atividade na história do design português ao longo do século XX, e do termo “arquitetos”, que surgia na nona posição, que nos volta a indicar alguns indícios da singularidade da história desta disciplina que se vai instituindo a partir de algumas realidades já consolidadas.

Esta lista de palavras, na qual se seguiam mais alguns exemplos de termos genéricos característicos de uma investigação histórica em design, tais como “artes”, “gosto” e “processo”, e mais algumas especificidades, como “casa”, “pavilhão” e “exposições”, acabariam também por incluir o nome de alguns dos seus principais atores, como “Ferro”, “Lino” e “Bordalo”, em concreto, e “Silva”, “Costa” e “António”, que, embora se refiram a alguns dos nomes portugueses mais comuns, acabam por revelar a preocupação da enumeração e valorização das suas maiores figuras no seu panorama histórico (fig. 74).



Fig. 74 - 30 palavras mais utilizadas na globalidade dos textos analisados

A análise individual de cada um dos textos permitiu-nos verificar que os resultados acompanhavam, no geral, a categorização anteriormente realizada, legitimando assim algumas das conclusões prévias avançadas. A disseminação de alguns dos termos mais utilizados por determinadas balizas temporais foi-nos permitindo igualmente proceder ao reforço da estruturação dos dados que subsistem à construção da obra analisada.

No que diz respeito ao texto referente ao período “1900-20”, e analisando apenas as 20 palavras mais usadas (tabela 11), rapidamente se constatou a presença de algumas referências às características mais significativas do contexto cultural a partir das quais a história do design em Portugal se desenvolveu. O recorrente recurso à figura de Bordalo Pinheiro, cujos seus dois nomes surgem, respetivamente, em primeiro e quarto na lista das palavras mais usadas, revela-nos a preponderância que este autor assume nesta fase “fundacional” da disciplina. A par da já citada alusão a “exposição”, deparámo-nos também com a referência a “projeto”, em segundo lugar, expondo assim o foco de análise da autora, centrado nos autores responsáveis pelos projetos de exposições realizadas na época. É dessa forma que, naturalmente, se assiste à proliferação de outros nomes de autores, como Miguel Ventura Terra e Raúl Lino, e outras indicações relacionadas com a temática, como “universal” e “pavilhão”, a par das indicações cronológicas contextuais.

Texto “1900-20” / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Porcentagem	Similares consideradas
bordalo	7	17	1,48%	bordalo
exposição	9	16	1,40%	exposição
projeto	8	16	1,40%	projeto, projetos
pinheiro	8	14	1,22%	pinheiro
terra	5	12	1,05%	terra
ventura	7	11	0,96%	ventura
1900	4	10	0,87%	1900
lino	4	10	0,87%	lino
Portugal	8	10	0,87%	Portugal
Rafael	6	10	0,87%	Rafael
universal	9	10	0,87%	universal
pavilhão	8	9	0,79%	pavilhão
nacional	8	9	0,79%	nacional, nacionalista
século	6	8	0,70%	século
arte	4	7	0,61%	arte
paris	5	7	0,61%	paris
pavilhões	9	7	0,61%	pavilhões
Raúl	4	7	0,61%	Raúl
1889	4	6	0,52%	1889
design	6	6	0,52%	design

Tabela 11 - Texto “1900-20” / 20 palavras mais utilizadas

De salientar ainda a presença da palavra “design” em vigésimo lugar, que julgamos possa ser representativo da exígua implementação da disciplina nesse período embora, como referimos anteriormente, simultaneamente a segunda posição do termo “projeto” seja de ressaltar — enquanto sinónimo — (fig. 75) e, nesse sentido, estarmos apenas perante uma questão de léxico e não de representatividade.



Fig. 75 - 30 palavras mais utilizadas no texto "1900-20"

Esta é uma realidade muito semelhante à que se volta a verificar no texto "Anos 20". Neste caso, verificamos que a designação "design" nem sequer aparece nos vinte termos mais usados, bem como qualquer outro que se possa considerar seu sinónimo. Assistimos antes a um discurso centrado em conceitos do domínio da estética, na importância da autoria e fortemente condicionado aos seus referentes cronológicos (tabela 12).

Texto "Anos 20" / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Percentagem	Similares consideradas
gosto	5	19	0,91%	gosto, gostos
exposição	9	18	0,87%	exposição
soares	6	17	0,82%	soares
arquiteto	10	14	0,67%	arquiteto, arquitetos
António	7	13	0,63%	António
artes	5	13	0,63%	artes
mobiliário	10	11	0,53%	mobiliário
Carlos	6	10	0,48%	Carlos
1929	4	8	0,38%	1929
anos	4	8	0,38%	anos
1925	4	6	0,29%	1925
1928	4	6	0,29%	1928
1922	4	5	0,24%	1922

1923	4	5	0,24%	1923
1930	4	5	0,24%	1930
Almada	6	5	0,24%	Almada
1920	4	4	0,19%	1920
1921	4	4	0,19%	1921
1924	4	3	0,14%	1924
1927	4	3	0,14%	1927

Tabela 12 - Texto "Anos 20"/ 20 palavras mais utilizadas

O predomínio da palavra "gosto", que surge como a mais utilizada, logo seguida de "exposição" e de um conjunto de nomes de artistas e arquitetos, revelou-nos uma conjuntura típica da história das artes decorativas, nomeadamente no que diz respeito ao design de exposições e interiores (fig. 76).



Fig. 76 - 30 palavras mais utilizadas no texto "Anos 20"

A transposição para o texto "Anos 30" acontece novamente através das referências diretas às exposições em que Portugal marcou presença, sendo que a palavra "exposição" é mesmo a mais referenciada, tal como "exposições" que surge em oitavo lugar, e sendo ainda acompanhadas de "Portugal" em quarto lugar, "pavilhão" em quinto e "nacional" em sexto (tabela 13).

Texto “Anos 30” / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Porcentagem	Similares consideradas
exposição	9	28	1,72%	exposição
ferro	5	23	1,42%	ferro
nova	4	16	0,99%	nova, novas, novamente, novo
Portugal	8	16	0,99%	Portugal
pavilhão	8	14	0,86%	pavilhão
nacional	8	13	0,80%	nacional, nacionalistas
mundo	5	11	0,68%	mundo
exposições	10	10	0,62%	exposições
estado	6	8	0,49%	estado
ideia	5	8	0,49%	ideia
imagem	6	8	0,49%	imagem
internacional	13	8	0,49%	internacional
paris	5	8	0,49%	paris
propaganda	10	8	0,49%	propaganda
salazar	7	8	0,49%	salazar
1939	4	7	0,43%	1939
português	9	7	0,43%	português
1934	4	6	0,37%	1934
anos	4	6	0,37%	anos
torque	6	6	0,37%	torque

Tabela 13 - Texto “Anos 30”/ 20 palavras mais utilizadas

Esta é uma imagem muito representativa do contexto que deu origem aos alicerces da história do design em Portugal, no início do século XX, partindo da importância que estes eventos assumiram à época. Contudo, surge igualmente neste texto, em particular, a inclusão da dimensão sociopolítica a eles associada. Tal facto pode ser verificado através do registo da inclusão dos nomes dos principais atores políticos entre as palavras mais usadas, como é o caso de António Ferro, que surge no segundo posto e António Oliveira Salazar, em décimo quinto, e ainda de uma série de outros termos associados ao conceito de afirmação nacional, tais como, “Portugal” (quarto lugar), “nacional” (sexta posição), “mundo” (sétima posição), “imagem” (décimo primeiro lugar), “internacional” (décimo segundo) e “propaganda” (décimo quarto).



Fig. 77 - 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 30”

Paralelamente, o texto “Anos 30/40” — onde parte da análise se sobrepõe com o anterior —, mostra-nos uma realidade um pouco distinta, caracterizada pelo foco na conjuntura industrial representante do nosso país. Esta afirmação é facilmente suportada pelos indicadores obtidos pelos termos “produção”, o mais citado em todo o texto, “industrial”, que aparece como o segundo mais utilizado, e “fábrica” e “indústria”, que surgem na sétima e oitava posição respetivamente (tabela 14).

Texto “Anos 30/40” / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Percentagem	Similares consideradas
produção	8	13	0,77%	produção
industrial	10	11	0,65%	industrial, industrialista, industrialmente
mobiliário	10	11	0,65%	mobiliário
modelos	7	10	0,59%	modelos
lisboa	6	8	0,48%	lisboa
país	4	8	0,48%	país, países
fábrica	7	8	0,48%	fábrica, fábricas
indústria	9	7	0,42%	indústria, indústrias
1932	4	6	0,36%	1932
arquitetura	12	6	0,36%	arquitetura
objetos	8	6	0,36%	objetos
Portugal	8	6	0,36%	Portugal

mercado	7	6	0,36%	mercado, mercados
1936	4	5	0,30%	1936
anos	4	5	0,30%	anos
móveis	6	5	0,30%	móveis
obras	5	5	0,30%	obras
tubo	4	5	0,30%	tubo
1933	4	4	0,24%	1933
artesanal	9	4	0,24%	artesanal

Tabela 14 - Texto "Anos 30/40"/ 20 palavras mais utilizadas

É igualmente pela incursão de termos como "mobiliário" (o terceiro mais citado), "modelos", "objectos" e "móveis" (o quarto, décimo e décimo sexto colocados, respetivamente), que se compreende a preponderância do espaço industrial e comercial nas preocupações dos historiadores, o que não havia sido óbvio e assumido até este ponto. Estamos, portanto, perante um paradigma que se altera, quer seja por integridade histórica ou quer seja apenas por opção do historiador, abandonando a temática das exposições e realizações temporárias e dedicando-se mais concretamente à análise da produção de artefactos direccionados ao uso pessoal e intensivo do público em geral, igualmente suportados pela inclusão de alguns termos próprios da realidade material construtiva, como é o caso de "tubo" (fig. 78).



Fig. 78 - 30 palavras mais utilizadas no texto "Anos 30/40"

Observando o texto “Anos 50”, verificamos que esta abordagem se mantém e, inclusive, traz para o primeiro plano o termo “design” como sendo, pela primeira vez, o mais utilizado em todo o discurso (tabela 15). Para além desse facto, praticamente todos os restantes indicadores seguem a lógica encetada no texto anterior, registando-se o peso das designações “mobiliário”, como a segunda mais recorrente e “casa” que surge como a terceira mais usada.

Texto “Anos 50” / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Percentagem	Similares consideradas
design	6	15	1,04%	design
mobiliário	10	14	0,97%	mobiliário
casa	4	14	0,97%	casa, casas
anos	4	11	0,76%	anos
1955	4	10	0,69%	1955
global	6	9	0,62%	global
materiais	9	8	0,55%	materiais
arquitetura	12	7	0,48%	arquitetura, arquiteturas
conceito	8	7	0,48%	conceito, conceitos
exposição	9	6	0,41%	exposição
Keil	4	6	0,41%	Keil
produção	8	6	0,41%	produção
quadro	6	6	0,41%	quadro
qualidade	9	6	0,41%	qualidade
ambiente	8	6	0,41%	ambiente, ambientes
azulejo	7	5	0,35%	azulejo
criação	7	5	0,35%	criação
1952	4	4	0,28%	1952
1956	4	4	0,28%	1956
amaral	6	4	0,28%	amaral

Tabela 15 - Texto “Anos 50”/ 20 palavras mais utilizadas

Tal como se verificou no processo de categorização desenvolvido anteriormente, reconhece-se igualmente através desta análise que é a partir deste ponto que assistimos ao surgimento de iniciativas projetuais concertadas, nomeadamente projetos de design global, implementados em diversos espaços comerciais, onde os seus autores desenhavam desde a arquitetura dos espaços a toda a sua comunicação. É assim que surge repetidamente neste texto os termos “global”, o sexto mais usado, “conceito”, como o nono mais indicado e “ambiente”, que surge como o décimo quinto mais referenciado.

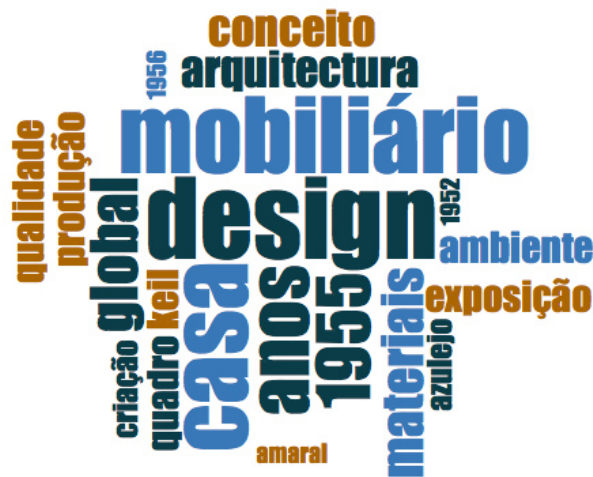


Fig. 79 - 30 palavras mais utilizadas no texto "Anos 50"

O reconhecimento de um vocabulário mais próximo da realidade contemporânea da disciplina do design acentua-se no texto "Anos 60/74", até porque, tal como nos esclarece Victor Almeida, é neste período que se assiste ao estabelecimento dos "*pioneiros do design em Portugal*" (Almeida, 2009, p. 67) e, posteriormente, à fundação da primeira geração de designers modernos (Almeida, 2009, p. 79).

É precisamente essa geração que surge intensamente referenciada, acompanhada do termo "design", que finalmente se enraíza no léxico, tal como nos demonstra a sua forte presença em primeiro lugar das palavras mais usadas, com mais do dobro das referências relativamente à que surge na segunda posição (tabela 16).

Texto "Anos 60/74" / Contagem de palavras (top 20)

Palavra	Comprimento	Contagem	Porcentagem	Similares consideradas
design	6	36	2,65%	design
Daciano	7	10	0,74%	Daciano
silva	5	10	0,74%	silva
costa	5	9	0,66%	costa
1960	4	8	0,59%	1960
arquitetura	12	8	0,59%	arquitetura

Portugal	8	8	0,59%	Portugal
série	5	8	0,59%	série, séries
industrial	10	7	0,52%	industrial
mobiliário	10	7	0,52%	mobiliário
artes	5	6	0,44%	artes
exposição	9	6	0,44%	exposição
produção	8	6	0,44%	produção
sena	4	6	0,44%	sena
1970	4	5	0,37%	1970
anos	4	5	0,37%	anos
designers	9	5	0,37%	designers, designer
formação	8	5	0,37%	formação
português	9	5	0,37%	português
1962	4	4	0,29%	1962

Tabela 16 - Texto "Anos 60/74"/ 20 palavras mais utilizadas

Verifica-se então, nas posições subsequentes, a enumeração dos nomes dos dois autores mais carismáticos da já referida geração de designers modernos, Daciano da Costa e Sena da Silva.

Contudo, embora estes dados sejam de alguma forma expectáveis, julgamos que o resultado mais surpreendente a reter estará relacionado com a expressividade do resultado do termo "design" em relação a todos os outros presentes na lista. O "salto" que se verifica entre este e "Daciano", que surge em segundo lugar é superior ao verificado entre "Daciano" e "1962", ou seja, entre o segundo e o último da lista. Tal como nos mostra a figura 80 estamos claramente perante a afirmação expressa do termo, passando este a ser o principal referente no discurso da história do design em Portugal daqui para frente.



Fig. 80 - 30 palavras mais utilizadas no texto “Anos 60-74”

É, portanto, sem surpresa que voltamos a encontrar o termo “design” na primeira posição das palavras mais usadas no texto “Anos 80/90” e, mais uma vez, com mais do dobro das referências em relação ao segundo termo mais usado, que neste caso é “produção” (tabela 17).

Texto “Anos 80/90” / Contagem de palavras (top 20)				
Palavra	Comprimento	Contagem	Porcentagem	Similares consideradas
design	6	41	2,94%	design
produção	8	20	1,44%	produção
processo	8	16	1,15%	processo, processos
anos	4	12	0,86%	anos
disciplinar	11	12	0,86%	disciplina, disciplinar
sociedade	9	11	0,79%	sociedade
industrial	10	11	0,79%	industrial, industrialmente
designers	9	10	0,72%	designers, designer
exposição	9	10	0,72%	exposição
crescente	9	9	0,65%	crescente
portuguesa	10	9	0,65%	portuguesa, portugueses
realizada	9	9	0,65%	realizada, realizados, realizar, realização
forma	5	8	0,57%	forma
procura	7	8	0,57%	procura, procurou
autor	5	7	0,50%	autor, autores

desenho	7	7	0,50%	desenho
indústria	9	7	0,50%	indústria
nacional	8	6	0,43%	nacional
percurso	8	6	0,43%	percurso
expressão	9	5	0,36%	expressão

Tabela 17 - Texto "Anos 80/90"/ 20 palavras mais utilizadas

Tal como referido anteriormente, verifica-se igualmente neste texto a predominância de alguns termos mais próximos do discurso da disciplina do design. É o caso da já referida "produção", a segunda palavra mais usada, de "processo", que surge na terceira posição e "disciplina", a quinta mais referenciada.

Verifica-se então que estamos na presença de um texto em que a alusão autoral direta desaparece do grupo das vinte palavras mais usadas, tal como alguns dos termos verificados anteriormente, que nos remetiam para os padrões da história da arte. Em seu lugar, encontramos uma série de palavras próximas da realidade operacional, focadas nas preocupações de desenho para produção, que embora valorizem os seus autores apresenta-os como "designers", termo que surge na oitava posição, ou "autor", a décima quinta palavra mais usada, em detrimento dos seus nomes próprios.



Fig. 81 - 30 palavras mais utilizadas no texto "Anos 80-90"

V.4 - A relação entre discursos “formais” e “informais”

A implementação de um instrumento metodológico comum, definido a partir de um processo de análise de conteúdos análogo, permitiu-nos, nesta fase, avançar para uma análise comparativa das realidades que emergiam dos dois universos incluídos na nossa investigação. Esta foi uma tarefa desenvolvida a partir da codificação estabilizada na fase de estudo dos dados provenientes das *social technologies*, que viria, posteriormente, a ser aplicada como matriz de análise dos discursos provenientes dos historiadores da disciplina. Mesmo que nesta segunda fase, em função da natureza distinta dos dados, se tenha expandido o inventário de códigos inicialmente obtidos — e, no mesmo sentido, se tenham excluído alguns —, a fixação de um conjunto alargado de conceitos fundamentais garantiu-nos um profuso espaço de análise sincrónica que nos possibilitou avançar algumas conclusões preliminares sobre a relação em estudo.

Num primeiro exercício de análise global, começámos por desenvolver uma observação geral das características comuns entre o conjunto de dados presentes nos dois domínios. Para tal, principiámos por submeter os 65 casos presentes na nossa base de dados⁸⁷ a uma pesquisa simples, efetuada através da ferramenta *Google CSE (Custom Search Engine)*⁸⁸, o que nos permitiu identificar algumas relações diretas entre conteúdos disponibilizados nas duas tipologias de discursos.

Assim, tendo por base o objetivo de aferir a afinidade das duas fontes de informação a esse respeito, uma dessas análises procurou descobrir a **incidência dos artefactos** citados nos discursos formais, ou seja, dos historiadores, com os presentes no conjunto global dos dados dos discursos informais, correspondendo, neste caso, às 65 plataformas do nosso universo. Como referido anteriormente, este foi um exercício desenvolvido a partir da pesquisa dos termos estabilizados no levantamento efetuado através do processo de codificação, que, no seu conjunto total, apresentava 152 entradas singulares relativas ao código **artefacto**, num total de 209 citações.

⁸⁷ Recolhidos na fase de “Delimitação do universo de estudo - *Gathering Rich Data*” e que constituíam o nosso universo de estudo.

⁸⁸ Esta ferramenta permitiu-nos criar um motor de pesquisa restrito às 65 plataformas do nosso universo de estudo e que pode ser acedido directamente através do URL:
<https://cse.google.com:443/cse/publicurl?cx=011260637893122606277:vjccmv9gsrq>

O cruzamento destes dados demonstrou-nos rapidamente que, tal como podemos observar na figura 82, na maioria dos casos, essa relação era inexistente, revelando uma disparidade assinalável entre o que maioritariamente era tratado pelos produtores de conteúdos de base social e os historiadores do design em Portugal. Significando que na grande maioria das situações os dois grupos se dedicam a objetos de estudo diferenciados, esta realidade é ainda indicativa de que não se verificava a utilização do conhecimento fixado pelos historiadores por parte dos autores das plataformas de base social. Identificando-se assim que, de forma generalizada, não se reconhecem indícios da mimetização de conteúdos, mas antes a ampliação de um espaço de trabalho de investigação do domínio da história do design português.

Ainda assim, partindo para uma análise individualizada, esta fase da pesquisa mostrou-nos a existência de um conjunto reduzido de plataformas em que os dados se confirmavam coincidentes, embora em números extremamente diminutos — sempre abaixo dos cinco artefactos —, e um outro conjunto de plataformas, ainda menor, onde esses valores assumiam uma expressão significativa (fig. 82). Nestas duas situações, muito pouco representativas do universo de estudo, verificamos então uma proximidade de conteúdos que nos indicavam a existência de uma relação direta entre as duas tipologias de discurso. No entanto, nas sessenta e cinco plataformas analisadas, apenas em três situações encontramos mais de dez correspondências, pelo que dificilmente poderíamos interpretar estes dados como representativos.

INCIDÊNCIAS NO CÓDIGO "ARTEFACTO" NOS DISCURSOS INFORMAIS

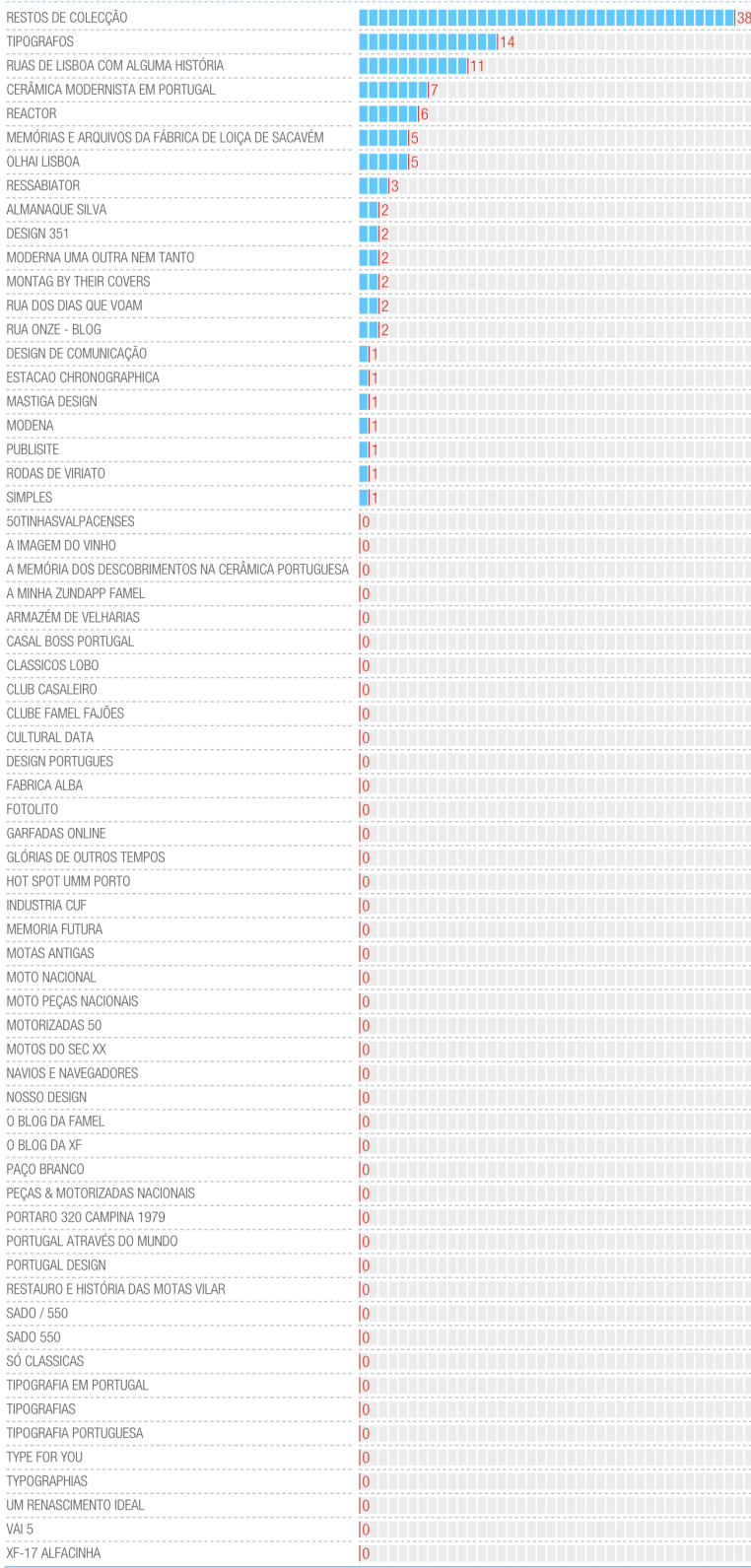


Fig. 82 - Incidência do código "artefacto" no universo das plataformas de produção de conteúdos de base social

Numa leitura global, podemos afirmar que estávamos na presença de indicadores que nos permitiam concluir que:

- 1) maioritariamente a relação entre ambas as realidades é nula;
- 2) que a pontual concordância de interesses seria meramente casual;
- 3) em algumas exceções estávamos perante uma prática regular de aproximação entre discursos que se configurariam como representações próximas do que seria a narrativa vigente acerca da história do design em Portugal.

Mostrando-nos assim que os conteúdos gerados socialmente estavam, na sua grande maioria, muito afastados deste “discurso oficial”, esta leitura transversal, sugerindo-nos estas interpretações genéricas, apontava-nos também que eventualmente estaríamos na presença de um mecanismo de patrimonialização informal de artefactos que, sendo socialmente relevantes, não se encontram ainda visados pela disciplina da história do design.

Sendo esta uma primeira análise geral que incidia sobre o universo proveniente das *social technologies*, foi importante verificar como esta dispersão de dados se mantinha nas subseqüentes amostras que daí retirámos. Conforme podemos observar na figura 83, correspondente às incidências na nossa amostra principal, a evolução da investigação manteve uma representatividade equivalente nos vários indicadores e, como é observável na figura 84, o mesmo se verificou com a nossa amostra por variação máxima.

INCIDÊNCIAS NO CÓDIGO "ARTEFACTO" NA AMOSTRA

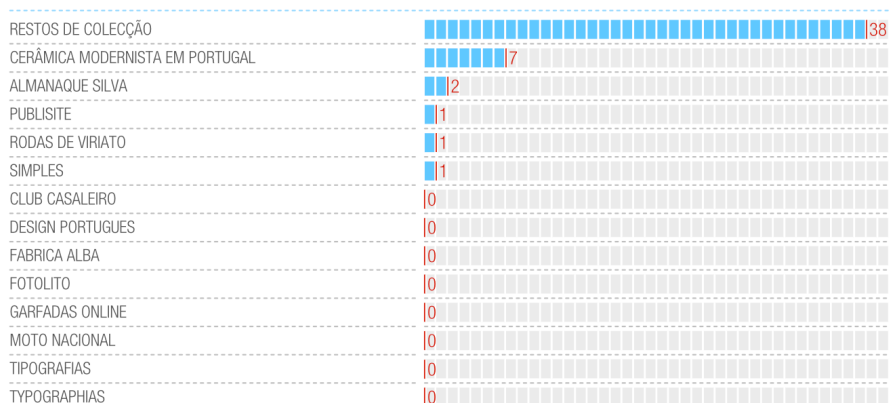


Fig. 83 - Incidência do código "artefacto" na amostra das plataformas de produção de conteúdos de base social

INCIDÊNCIAS NA AMOSTRA POR VARIAÇÃO MÁXIMA

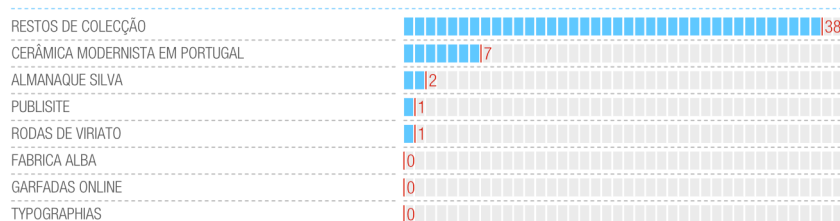


Fig. 84 - Incidência do código "artefacto" na amostra por variação máxima das plataformas de produção de conteúdos de base social

A opção de centrarmos, nesta fase inicial, a análise na representatividade dos artefactos emergiu diretamente deste ser, percentualmente, o código mais identificado em ambos os domínios, tornando-se assim este o grande ponto de contacto entre os dois. Sendo este um exercício que, partindo desta perspetiva, nos permitiu recolher dados globais significativos e comparáveis, o mesmo não aconteceu com mais nenhum dos restantes códigos, visto que em diversos blocos de dados eles não assumiam uma representatividade mínima para que a confrontação de dados pudesse ocorrer. É nesse sentido que todas as posteriores análises adotaram um foco mais individualizado e centrado nas amostras subsequentes.

Assim, e trabalhando a partir da nossa amostra final como representação do nosso universo de estudo, um dos dados mais evidentes diz respeito à pouca representatividade do código "cliente", que identificava a informação relativa a quem encomendava o trabalho, sempre que este não era fruto de uma solicitação direta da empresa que o produzia — sendo estes casos reunidos através do código "produtor/empresa". Tratando-se de um item que no discurso dos historiadores assume uma importância extrema, surgindo em segundo lugar dos mais referenciados, podemos afirmar que encontramos neste ponto um dos mais divergentes conjuntos de dados entre as duas realidades.

A observação mais atenta da informação contextual associada a este código permitiu-nos observar que, no que diz respeito aos discursos dos historiadores, esta é uma tipologia de informação que tipicamente encontramos anexa à nomeação de um artefacto, juntamente com os dados relativos ao seu autor e produtor. Estamos assim na presença de uma informação biográfica mais completa, mas, simultaneamente na valorização equilibrada dos diversos intervenientes nos processos que dão origem aos artefactos. Sendo este um exercício característico e essencial nas metodologias de classificação atribuídas à disciplina da história, torna-se natural que esta tipologia de informação esteja mais presente neste contexto.

Contudo, é na observação da ausência destes dados no domínio dos conteúdos socialmente gerados que encontramos alguma surpresa, indicando-nos, desta forma, que o seu discurso seria fundamentado na apreciação do artefacto em si, no seu autor e no seu produtor, negligenciando assim a importância do cliente contratante. Mais uma vez, a análise do contexto onde estes códigos surgiam inseridos permitiram-nos identificar uma característica interessante e divergente do verificado nos discursos dos historiadores, quando estes autores, ao assumirem um discurso muito íntimo, particularizado e, algumas vezes, escrito na primeira pessoa, colocam-se, eles próprios, no papel de cliente enquanto consumidores.

No que diz respeito à informação publicada referente à tipologia “produtor/empresa”, encontramos nos dois domínios uma concordância elevada, demonstrando assim a valorização desta informação de forma generalizada. Sendo notório que para os historiadores este é um tipo de informação complementar a associar aos artefactos, verificou-se ainda que, pontualmente, estes assumiam a centralidade da sua argumentação neste critério, por exemplo, sempre que se referiam ao impacto de uma determinada empresa na história do design no nosso país⁸⁹.

Na perspetiva dos discursos de natureza social verificou-se, no entanto, que esta era a abordagem mais presente, sendo recorrente o maior enfoque nas empresas (marcas) do que nos produtos avulsos, chegando inclusive a encontrarmos projetos de *blogs* dedicados exclusivamente a empresas específicas, como é caso do Fábrica Metalúrgica Alba. Afastando-se assim da lógica metódica de categorização presente nos textos científicos, e embora essa realidade também surja esporadicamente nos conteúdos sociais, como é o caso dos *blogs* Cerâmica Modernista em Portugal e Garfadas On-line, na maioria dos casos identificou-se refletida a valorização simbólica da marca tal como ela é percecionada pelos seus públicos, ou seja, sendo validada por estes autores através da enumeração do conjunto de valores representativos da identidade da empresa que vão além dos individualmente evidentes nos seus produtos.

Como seria expectável, a tendência geral observada caracterizou-se pela grande variedade de códigos individuais presentes nos discursos dos historiadores, indicando assim estarmos na presença de textos mais ricos, do ponto de vista da pluralidade de características identificadas. Embora manifestando algumas variações claras, como observamos no ponto 5.3.2,

⁸⁹ Como acontece particularmente no texto “Anos 60-70”, da autoria de Ana Tostões e João Paulo Martins, com a referência à importância da Longra, da Olaio, Foc, Secla, Fábrica Escola Irmãos Stephens, entre muitas outras empresas, como importantes actores na história do design em Portugal.

estes preservam claramente uma tendência de uniformização da informação tratada que, tal como referido anteriormente, poderá estar indexada à pré-existência de modelos de pesquisa e catalogação próprios, o que na maioria dos casos das iniciativas de base social não acontece.

Esta é uma tendência igualmente comprovada com muitos dos restantes códigos, como é o caso de "eventos", "influências/ características" e "local" onde, embora mantivessem uma presença regular nos textos de origem institucional, apenas se verificavam muito pontualmente nas publicações dos *blogs*. Contudo, mostrou-se igualmente relevante que a vocação identificada nos conteúdos provenientes das *social technologies*, embora não evidenciasse a variedade de códigos referida, era caracterizada por um maior aprofundamento da informação apresentada, demonstrando assim uma maior atenção em questões individualizadas, como por exemplo, remetendo o centro da análise nas questões técnicas, ou nos atributos biográficos, ou ainda nas considerações estéticas, e não na variação da tipologia de informação.

Ainda assim, tal como pudemos observar na análise desenvolvida no ponto 5.2.5 (Análise qualitativa dos dados) ficou demonstrada a existência de pontuais exceções a esta tendência generalizada, como no caso — já referido — do *blog* Cerâmica Modernista em Portugal, onde o padrão da informação disponibilizada, de natureza eminentemente científica, assume características genéricas muito próxima dos conteúdos apresentados nos textos dos historiadores. No mesmo sentido, encontramos também a iniciativa Restos de Colecção onde se identifica, em muitas das publicações, uma variedade assinalável de códigos em simultâneo. Tal como verificámos na fase de cruzamento de dados sobre a incidência de artefactos nos dois universos estudados, esta era a plataforma que revelava ser, de longe, a que mais correspondências apresentava. Contudo, neste caso específico, será mais natural concluir que este resultado provenha de uma prática de mimetização na elaboração dos discursos e não do exercício de uma metodologia de investigação convencionada, extensa e sistematizada.

Constituindo estes dois casos a exceção de uma realidade genericamente caracterizada por discursos centrados em apenas alguns dos vários códigos obtidos através do processo de codificação desenvolvido no ponto 5.2.4 (Codificação), poderemos afirmar que se revelou surpreendente o facto de reconhecermos nos textos dos historiadores uma tão equilibrada dispersão dos códigos que haviam sido obtidos previamente através da codificação das publicações de base social. Ou seja, este constitui um indicador claro de que, nas publicações científicas analisadas, por norma, encontramos uma síntese bastante completa e transversal de uma realidade que, nos conteúdos de base social, se encontra dispersa e individualizada por distintos intervenientes.

Por último, foi ainda confrontando a realidade da produção científica da disciplina com os casos categorizados através do sistema de classificação de plataformas descrito no ponto 5.2.6 deste documento, que pudemos assumir conclusões sobre quais as classes, provenientes do domínio social, que se configuram como mais relevantes para a história do design português. Essencialmente focando a análise nas fontes a que recorrem, à representatividade de códigos identificados nos seus conteúdos e à informação que geram, é notório que classes *Congrego Peritus Monstratorem*, *Congrego Dissemينو Aedificator*, *Congrego Peritus Aedificator* e *Congrego Peritus Artifex* se assumem como as mais relevantes.

Contudo, embora reconhecendo que estas quatro classes são as que mais rapidamente podem vir a gerar informação para ser integrada pela história do design, é importante sublinhar a relevância dos conteúdos presentes em todas as outras tipologias. Encontrando-se essas oito classes de plataformas mais longe de fornecerem dados concretos que, portanto, requisitarão sempre, *a posteriori*, um maior esforço de interpretação, a investigação demonstrou-nos que a informação nelas presente, embora dispersa, perfilha-se como um conjunto de dados que encontra nos discursos dos historiadores múltiplos pontos de contato, identificados através do processo de codificação.

V.5 – Casos de referência – Entrevistas

A estabilização e caracterização do universo de estudo, que nos permitiu avançar para a definição da amostra teórica e consequentemente para a sua análise detalhada, possibilitou-nos gradualmente identificar os casos que se manifestariam mais relevantes para a nossa investigação, nomeadamente no que diz respeito aos seus resultados e práticas desenvolvidas. Nesta última fase da investigação procedeu-se assim a uma nova seriação que nos permitiu selecionar as amostras extremas, ou seja, os casos únicos onde os dados recolhidos permitissem compilar as suas variações máximas em detrimento da sua uniformidade, sobretudo no âmbito das plataformas mais profícuas no que diz respeito à produção de conteúdos e consequente visibilidade pública.

A necessidade de aprofundar o conhecimento sobre esta amostra levar-nos-ia a optar por inquirir diretamente os autores destes projetos. num modelo de entrevista de carácter exploratório, essencialmente face à pretensão do investigador de atestar as prenoções a respeito do tema de investigação (Quivy & Campenhoudt, 2005). Partindo da perspetiva dos autores dos projetos em questão, procurou-se assim identificar os padrões subjacentes às práticas por estes desenvolvidas, nomeadamente no que diz respeito aos seguintes pontos:

1. Antecedentes biográficos;
2. Definição do campo de trabalho;
3. Processo de recolha de informação;
4. Construção da informação;
5. *Feedback* e disseminação;

No mesmo sentido, e tendo em consideração que estamos perante uma amostra do universo selecionada a partir das subseqüentes fases da investigação, e não na totalidade dos casos do universo, podemos afirmar que esta última seleção de casos foi realizada recorrendo ao método de amostragem criterial (C. P. Coutinho, 2014, p. 296), a qual se enquadra no tipo de amostragem não-probabilístico. Embora conscientes que neste tipo de amostragem existe o risco da amostra não representar adequadamente o universo dos utilizadores (C. P. Coutinho, 2014; Ferreira & Carmo, 1998; Pardal & Correia, 1995) esta é uma abordagem que, como nos afirma Luís Pardal, permite reduzir o tempo e esforço do investigador, sem grande prejuízo da investigação, pois recorre a informadores qualificados, como é o caso de especialistas da área. É neste mesmo sentido que podemos igualmente assegurar que, na constituição da amostra, optámos por escolher a tipologia de *Testemunhas Privilegiadas*, ou seja, indivíduos que, pela sua ação, posição

ou contacto com o terreno, têm um bom conhecimento da problemática e possuem uma atitude dialogante (Pardal & Correia, 1995).

Desta forma, observando os dados referentes à análise de conteúdos da amostra por variação máxima, e cruzando os indicadores do nível de profundidade dos conteúdos com os números de visitas médio, destacaram-se os casos 2, 4, 6 e 8 como as iniciativas onde os conteúdos produzidos se configuravam como potenciais fontes de informação relevantes e os seus autores de particular interesse (tabela 18).

ENTREVISTAS [SELEÇÃO DE CASOS]

CASO #	NOME	CLASSIFICAÇÃO
1	PUBLISITE	CONGREGO DISSEMINO EXHIBITOR
2	CERÂMICA MODERNISTA EM PORTUGAL	CONGREGO PERITUS ARTIFEX
4	RODAS DE VIRIATO	CONGREGO PERITUS MONSTRATOREM
6	RESTOS DE COLECÇÃO	CONGREGO DISSEMINO AEDIFICATOR
7	TYPOGRAPHIAS	CONGREGO OSTENDO EXHIBITOR
8	ALMANAQUE SILVA	CONGREGO PERITUS AEDIFICATOR
10	GARFADAS ONLINE	CONGREGO PERITUS AEDIFICATOR
15	FABRICA ALBA	CONGREGO DISSEMINO EXHIBITOR

Tabela 18 - Seleção de casos. Amostra por variação máxima

É igualmente neste sentido que podemos afirmar que estes casos de referência se constituíam como a amostra de conveniência a trabalhar, evoluindo a investigação no sentido de conhecer melhor os antecedentes, motivações, práticas e objetivos de cada um destes projetos e dos seus autores.

Entrevista modelo

No que diz respeito à organização e concretização das entrevistas, e sendo que a flexibilidade de utilização deste instrumento não se traduz numa completa espontaneidade do entrevistado nem na neutralidade total do entrevistador (Pardal & Correia, 1995), foram tidos em consideração os problemas da influência do entrevistador no entrevistado e as diferenças culturais entre ambos (Ferreira & Carmo, 1998). Foi desta forma que se entendeu desenvolver a construção da entrevista modelo seguindo os padrões de atuação propostos por Luís Pardal e Eugénia Corria durante as três fases deste processo (1995):

- Antes

- definir o objetivo;
- construir o guião de entrevista;
- escolher os entrevistados;
- preparar as pessoas a serem entrevistadas;
- marcar a data, a hora e o local.

- **Durante**

- explicar quem somos e o que queremos;
- obter e manter a confiança;
- saber escutar;
- dar tempo para "aquecer" a relação;
- manter o controlo com diplomacia;
- utilizar perguntas de aquecimento e focagem;
- enquadrar as perguntas melindrosas;
- evitar perguntas indutoras.

- **Depois**

- registar as observações sobre o comportamento do entrevistado;
- registar as observações sobre o ambiente em que decorreu a entrevista.

Foi neste contexto, e em função dos objetivos previamente definidos, que se elaborou o roteiro de entrevista que serviu de base à sua implementação (anexo 10).

Dividido em quatro secções distintas, uma primeira referente ao enquadramento do trabalho, uma segunda de contextualização do entrevistado baseada nos dados recolhidos pelo questionário, uma terceira relativa às questões a colocar e uma última de análise das condições em que a entrevista decorreu, este roteiro revelou-se um instrumento fundamental na condução destes encontros, permitindo manter um registo de "conversa" sem negligenciar nenhuma da informação que se pretendia obter da parte dos entrevistados.

No que diz respeito exclusivamente ao grupo de perguntas seleccionadas foram definidos cinco grandes grupos de questões que englobavam as diferentes tipologias de informação a recolher. Assim, encontramos um primeiro grupo referente à informação biográfica do entrevistado, um segundo onde o foco se situa na definição das temáticas abordadas, um terceiro relativo ao processo de recolha de informação, um quarto alusivo à construção dos conteúdos e, por último, um grupo de perguntas respeitantes ao *feedback* do seu trabalho e à dispersão e projetos futuros para os conteúdos que apresentam nos seus projetos. A opção por um conjunto de perguntas-guia, relativamente abertas, que não obedeceram necessariamente à ordem definida no guião da entrevista, enquadram a tipologia da entrevista no denominado *tipo livre*, particularmente indicado para os estudos exploratórios (Ferreira & Carmo, 1998).

Foi desta forma que, após a formalização do pedido de entrevista, que ocorreu por *e-mail*, se procedeu à solicitação da autorização para se poder proceder ao registo áudio e utilizar a informação obtida no âmbito da nossa investigação, procedimento esse que foi aceite por todos os convidados para a entrevista.

A realização das entrevistas ocorreu nas localidades de residência dos entrevistados (Lisboa e Palmela), e em locais por estes selecionados. Tal como previsto no roteiro, no início de cada entrevista os entrevistados foram informados acerca dos objetivos do estudo, o tipo de entrevista a desenvolver e que teriam a possibilidade de a interromper a qualquer momento. Procurou-se manter, da parte dos entrevistados, um discurso o mais fluído e natural possível, nomeadamente através do recurso a perguntas suficientemente abertas, introduzidas na sequência do seu relato e não na ordem previamente definida por nós, o que, por vezes, nos obrigou a ajustar estas mesmas perguntas.

Após a realização das entrevistas procedeu-se à transcrição integral do registo áudio, sendo este analisado recorrendo à análise de conteúdo (Bardin, 2013; Pardal & Correia, 1995). Este processo incidiu sobre a captação de ideias e significações da comunicação, essencialmente com o objetivo de detetar o conteúdo ideológico das mensagens e identificar os objetivos do transmissor (Bardin, 2013; Pardal & Correia, 1995). Da mesma forma, e tendo em conta a tipologia das entrevistas realizadas, do tipo livre, optou-se igualmente pela utilização de procedimentos do tipo aberto ou exploratório na análise de conteúdo (C. P. Coutinho, 2014).



ALMANAQUE SILVA

JORGE SILVA

V.5.3 - <http://almanaguesilva.wordpress.com>

Jorge Silva, natural de Lisboa, é designer desde os anos setenta mantendo, desde cedo, um *"envolvimento profundo com a ilustração"*. Assumindo ser a sua atual atividade profissional fruto de um percurso académico irregular, contando no seu curriculum com o Curso Geral de Eletricidade da Escola Industrial Marquês de Pombal em Belém, seria após a frequência da escola António Arroio, onde cursou na oferta complementar de Artes Gráficas, que viria a interessar-se pelo mundo da produção gráfica.

Ingressando mais tarde nas Belas Artes de Lisboa, após cumprir o serviço militar obrigatório, encontra neste espaço um conjunto de desafios associativos que lhe permitem envolver-se de forma mais profunda em diversas iniciativas políticas, o que já vinha a acontecer com alguma regularidade desde o 25 de Abril de 1974, na altura com apenas 16 anos. É durante a sua estadia neste estabelecimento de ensino que, ao longo de

seis anos, vai desenvolvendo diversos trabalhos em paralelo, à altura já particularmente vocacionado para o trabalho de direção de arte de periódicos, e, por *"questões de vizinhança"*, filiados na corrente de uma associação política trotskista, que lhe permitiu ir *"passando de mão (ou pelo menos de partido) mas sempre dentro da área..."*.

Não chegando a concluir o terceiro ano do curso nas Belas Artes, Jorge Silva reconhece que é no Jornal Combate, uma publicação regular associada ao contexto partidário referido, que descobre o que *"profissionalmente queria fazer na vida"*. Embora este seja um trabalho, quase todo ele, desenvolvido *pro-bono*, é neste projeto que sedimenta uma série de colaborações com ilustradores que conhece ainda no âmbito das Belas Artes e cuja sua ligação viria a perdurar no tempo, em alguns casos, até aos dias de hoje.

A meio da década de 80 passa a assumir igualmente o papel de ilustrador no projeto editorial "Contraste" que, com direção de Miguel Portas e direção de arte de Henrique Cayatte, foi *"um jornal muito efémero (...) que era também uma revista e agrupou todos os náufragos de esquerda ligados às artes, ao jornalismo, à fotografia, à ilustração e ao design"*. No seu entender, sendo este jornal *"uma miscelânea bastante grande, o que também acabou por condicionar o seu desaparecimento — ou pelo menos a sua efemeridade — foi muito interessante, porque foi por essa altura, em 85, que eu tive as minhas primeiras ilustrações publicadas impressas"*.

Embora durante essa década Jorge Silva se tenha dedicado essencialmente à atividade de ilustrador, nunca se considerou um *"ilustrador a sério"*, mas antes um ilustrador emprestado, pois *"naquela altura os designers também ilustravam, como fazem ciclicamente ao longo da história da ilustração e do design"*. Chegando a ter ilustrações publicadas no "Expresso", no "O Jornal" e no "Independente", acaba por afirmar que teve uma *"carreira relativamente efémera como ilustrador, como eu gosto aliás de frisar"*, essencialmente devido ao cansaço e sobretudo pela *"grande vantagem de poder trabalhar com alguns dos melhores ilustradores do país, (o que) de alguma maneira 'desobrigou-me' de continuar a fazer de conta que era ilustrador"*.

É assim que considera a experiência do "Combate" e do "Contraste" *"de certa maneira o meu tirocínio, mas também a minha escola de aprendizagem em duas coisas importantes ainda hoje para mim: diretor de arte de publicações e ilustrador / diretor de arte de ilustradores"*.

Este contexto profissional inicial, caracterizado por uma relação de trabalho com diversos ilustradores em regime *pro-bono* e muito complicado de gerir numa era *"pré-computador"* permite-lhe, no entanto, ser convidado, em 1991, para diretor gráfico do semanário "O

Independente". Apesar deste ser um projeto *"de 'sinal político' contrário"*, Jorge Silva consegue levar consigo muitos dos ilustradores que colaboravam consigo no "Combate", tendo agora a possibilidade de remunerar os ilustradores pelo seu trabalho o que lhe permitiu *"durante meia década, (embora eu estivesse n'ó independente 10 anos) fazer um brilharete extraordinário com muitos dos melhores ilustradores portugueses da época (...) sobretudo no caderno 3, que era a revista fetiche do jornal"*. Embora a sua colaboração como o O Independente envolvesse *"responsabilidades muito pesadas e intensas"* Jorge Silva considera que a parte mais interessante do seu trabalho foi precisamente o de *"criação e manutenção de uma excelente equipa de ilustradores até 97 ou 98"*, antes da sua saída em 2000.

Mantendo paralelamente a atividade de *designer freelancer* conseguiu ir assegurando uma regularidade de produção gráfica autónoma que viria a ser fundamental no convite para, em 1999, desenvolver os suplementos "Y" e "Mil Folhas" para o jornal "O Público". Acumulando este desafio com o trabalho que desenvolvia no "O Independente" e com a revista "Ler", que, entretanto, também havia assegurado, Jorge Silva considera esta época o seu *"apogeu como criador de projetos de design editorial, com uma forte componente de ilustração"*.

Particularmente o projeto "Mil Folhas", que, *"pela sua temática mais erudita e também de certa maneira, mais marginal"*, havia sido *"pensado claramente para ser um suplemento ilustrado... com ilustração"*, permitiu-lhe aprofundar relações profissionais com alguns ilustradores com quem já colaborava há bastante tempo e que eram *"sobretudo um grupo de ilustradores muito bons: o André carrilho, o André Letria, o Alex Gozblau, Alice Geirinhas, Luís Lázaro, Gonçalo Pena... entre outros"*.

Embora este tenha sido um trabalho que viria a ser reconhecido a nível internacional *"após ter ganho uma quantidade interminável de prémios da 'society for news' americana"* era, igualmente um projeto deficitário, o que acabou por determinar o seu final um mês após a atribuição dos referidos galardões, *("os prémios nos jornais e nas revistas não dão saúde a ninguém, às vezes até parecem um problema...)"* numa perspetiva do jornal *"limpar as gorduras dos suplementos"*.

Abandonando em 2004, de todo, a colaboração com "O Público", Jorge Silva dedica-se a tempo inteiro ao seu atelier que, entretanto, havia formalizado a partir do ano de 2001 na procura de *"dar um rosto"* às múltiplas solicitações que, desde sempre, vinha a amontoar.

Uma dessas colaborações, que se inicia ainda em 1998, era uma parceria com a Bedeteca de Lisboa, *"que era sobretudo um Sr. chamado João Paulo Cotrim que, beneficiando da simpatia do autarca da altura —*

João Soares — fez um monumento à ilustração e à banda desenhada portuguesa”, e que lhe permitiu ter um papel muito ativo na produção de uma “das obras mais notáveis desses tempos que eram umas edições, grandes, chamadas “ilustração portuguesa 1999, 2000... e por aí fora”. Estas “eram uma espécie de quem é quem da ilustração editorial criativa” onde Jorge Silva, para além de fazer os catálogos, “dava um apoio de direção artística, (...) fazia também o comissariado e ajudava nesse trabalho do João Paulo Cotrim que misturou de uma forma muito interessante, e até aí pouco habitual, a ilustração e a banda desenhada”.

Jorge Silva considera assim que a sua grande intervenção nesta área lhe forneceu também uma perspetiva muito interessante e um constante *upgrade* sobre a realidade da ilustração portuguesa, algo que começou quase informalmente e que, a partir daí e até hoje, tem assumido um papel de relevo em toda a sua carreira profissional. Tal como nos diz: *“a ilustração passou a ser uma espécie de ADN adquirido do meu trabalho, da carreira. Foi-se fundamentando, solidificando, criando também uma relação com os ilustradores mais descontraída, mas também cada vez com mais autoridade”*. São estes 26 anos de trabalho com ilustradores portugueses que o tornam um espectador privilegiado desta atividade em Portugal e acabando, igualmente, por o tornar um compulsivo colecionador de ilustração, principalmente das obras que eram executadas por sua encomenda, dando-se o caso de possuir ilustrações que comprou duas vezes, *“primeiro para os jornais e depois para mim”*.

Encetando assim uma prática que resultaria numa coleção centrada sobretudo nos anos 90, por motivos conjecturais, Jorge Silva tem vindo progressivamente a enriquecer o seu espólio com exemplares adquiridos em leilões e alfarrabistas, não só dessa época, mas também com peças mais antigas.

Este é, no entanto, um costume que vem de longe. Em discurso direto, afirma-nos ser *“um colecionador inveterado e compulsivo, desde miúdo, de tudo... de toda a espécie de papelada”* e que, de certa forma, esta é uma prática que inconscientemente vem praticando desde sempre, adquirindo *“sobretudo nos alfarrabistas e na feira da ladra, papelada de coisas que gostava muito sem nenhuma preocupação”*, embora nos garanta que, no que diz respeito à ilustração, procurou principalmente comprar artefactos que fossem referenciais para si ou para o seu trabalho como *designer*.

Sendo um hábito que desenvolveu desde cedo, colecionando praticamente tudo: *“selos, carteiras de fósforos, cromos... tudo e mais alguma coisa, à exceção de cromos de desporto”* pois *“coleccionava apenas coisas que daqui a 10 anos continuassem a fazer sentido”*, em seu entender, revelou sempre *“alguma noção de eternidade”* possuindo ainda hoje todas as coleções de quando era jovem. Tornou-se assim natural que, vivendo há

17 anos numa *"zona de alfarrabistas por excelência"* tenha vindo a adquirir alguns hábitos de frequência destes estabelecimentos, paralelamente às frequentes visitas à feira da ladra a que nunca renunciou, mantendo-se assim sempre *"muito atento a tudo o que seja sítios onde se possa apanhar 'papel velho'"* acabando por manter um ritmo constante de novas aquisições para o seu espólio. Nas suas palavras *"Isto é, portanto, um comportamento que já estava lá... não apareceu de repente"*.

Foi dessa forma que há cerca de 10 anos, com a acentuação desse colecionismo, Jorge Silva começa a acumular no seu atelier e em sua casa todo o tipo de publicações históricas portuguesas, agora com um forte enfoque em livros dos anos 50 e 60 do século XX, sobretudo, segundo nos diz: *"de uma geração de bons ilustradores que eu gostava muito, Sebastião Rodrigues, Vítor Palla, Câmara Leme e António Garcia... o quarteto fantástico dos anos 50 e sobretudo 60"*. Inicia-se assim também uma especialização mais alargada neste domínio que se complementaria a toda a experiência previamente adquirida como diretor de arte, ilustrador e até *"em iniciativas, embora raras, de comissariado em exposições"*.

Permitindo-lhe, dessa forma, ir criando uma opinião mais fundamentada sobre a história da ilustração em Portugal, Jorge Silva é da opinião que esta se caracteriza por fases muito heterogêneas que, embora muito interessantes, se caracterizam sobretudo pelo amadorismo e pela precariedade onde: *"a maioria faz ilustração como uma fase de transição para áreas de melhor remuneração, como o design ou as artes plásticas"*. Uma das particularidades que refere, e que apenas ultimamente, com a verdadeira profissionalização de alguns ilustradores, se tem vindo a notar menos, está relacionada com o curto período de dedicação que, por norma, os autores dedicam a esta atividade, afirmando que *"em média os ilustradores não duram mais de 10 anos - é uma espécie de maldição, embora com exceções"*. Jorge Silva afirma que *"nos anos 90, por exemplo, a passagem para as artes plásticas era muito frequente o que não quer dizer que tenham tido sucesso... pelo contrário, continuam 'nas lonas'"*. Para ele, *"quer se queira quer não, a ilustração é sempre uma arte menor para as pessoas. Os próprios autores muitas vezes ocultam essa fase para se centrarem no restante trabalho — o trabalho da sua vida — mesmo que muitas vezes seja mais medíocre do que o que fizeram na área da ilustração"*, verificando-se até *"uma tendência nos autores que foram historicamente os melhores ilustradores para serem uns artistas plásticos medíocres"*.

É também este olhar atento sobre esta área que lhe permite identificar na sua história um primeiro período florescente na primeira metade do século XX, que, tal como no resto do mundo, sofre depois, nos anos 60, um grande decréscimo face ao surgimento da fotografia como

elemento gráfico estrutural, sendo que, apenas *"a meio da década de 80, graças a pessoas como o Henrique Cayatte e o Jorge Colombo, se dá um ressurgimento da ilustração com o voltar do seu uso em capas de livros"*. Para Jorge Silva, Portugal tendencialmente acompanhou sempre, com algum atraso as grandes tendências internacionais, verificando-se *"grandes contaminações de artistas visuais de todo o mundo. Uma vez com algumas características específicas nossas, mas no geral seguia-se o que 'se fazia lá fora'", não se identificando "um traço forte na ilustração portuguesa (...) embora o modernismo português, sobretudo ancorado no estado novo, tenha criado um estilo português, muito decorativo"*.

Apesar de tudo, admite que existe uma enorme riqueza, muito mal estudada, no que diz respeito à história da ilustração em Portugal, sendo esse um levantamento que Jorge Silva assume que tem tentado desenvolver, especificamente numa *"promessa que não tenho conseguido cumprir, que é fazer um grande livro sobre o assunto"*, pois *"ao contrário da BD e das artes plásticas onde a historiografia é extensa, complexa, rica e interessante a ilustração não a tem."*

É nesse sentido, e assumindo-se como um *designer* com uma permanente capacidade para impor novos desafios a si próprio, que começou *"a montar aquilo que seria um projeto de uma autoedição, chamado Alice, portanto uma pretensa editora chamada Alice, com livros sobre ilustradores portugueses"*. Começando *"pelo ilustrador que mais gostava, que era o João da Câmara Leme, que praticamente só fez ilustração, não fez banda desenhada, quase não fez cartoon, fez design de exposição e gráfico, mas era essencialmente um ilustrador, dos anos 60"*. Jorge Silva sublinha a admiração por Câmara Leme referindo que é um dos autores que *"tem os tais 10 anos de vida, mas são 10 anos intensíssimos e de uma qualidade extraordinária, sobretudo em revistas, livros infantis, livros de ficção e praticamente só numa editora: a Portugália"*, considerada uma das editoras mais interessantes da edição nacional.

Foi assim que se deu início ao projeto editorial Alice, que nunca viria a *"ver a luz do dia"* mas que fez com que, durante anos, Jorge Silva se dedicasse a *"passar dezenas/centenas de horas a restaurar as imagens — sobretudo as que eram impressas a cores diretas já que as de quadricromia, com rede, não me metia"*, culminando na maquetização de alguns livros, designadamente, João da Câmara Leme, Manuel Lapa (*"um grande ilustrador dos anos 40/60 que eu gosto muito - muito ligado ao Estado Novo"*) e Júlio Gil. Contudo, coincidindo com o natural volume de trabalho do, então, recém-criado atelier, e o facto de ter sido contratado pela editora Leya como subdiretor de arte — *"uma experiência que foi extremamente útil, mas ao mesmo tempo muito desgastante"* —, *"lá se foi a ideia de fazer*

uns belíssimos livros de 200 e tal páginas, impecáveis, de grande formato, com montes de imagens, cores diretas, capas em tecido, estampadas em metal... foi tudo à vida...".

No entanto, Jorge Silva reconhece que ficou *"sempre com aquilo meio entalado na garganta"*, e, por volta de 2011, na sequência de uma conversa com Duarte Azinheira, o editor e diretor da área de edições da Imprensa Nacional Casa da Moeda, um cliente recente, decide lançar-lhe o desafio de fazerem, em conjunto, uma coleção sobre design português, aproveitando muitos dos recursos que já tinha preparado, o que teve uma boa receptividade da sua parte.

É assim, deste contexto que nasce a "Coleção D" onde Jorge Silva tem *"estado a fazer desaguar material do blog, material da biblioteca nacional e até inclusive algumas das ansiedades que eu tinha com essa coleção Alice"*. Assumindo que *"é um projeto difícil de fazer e muito lento"* pois depara-se com muitas questões de direitos de autor que são muito complicadas de resolver *"por disfunções de toda a espécie"*, considerando mesmo que *"a maior parte dos artistas visuais, ou gráficos, tem famílias muito disfuncionais. Normalmente a geração a seguir à sua tem contas a ajustar, muito graves com o artista. E, portanto, não há espólio, não há amor, não há interesse, ou quando há interesse é para chatear ... regra geral a segunda geração, os netos, é que recupera, já têm orgulho, vão à procura das raízes... como acontece com o Vítor Palla. Os grandes divulgadores, defensores e guardiões do Vítor Palla são a segunda geração"*.

Embora julgue que esta é uma coleção que se tornou referencial, *"pelo cuidado com que é feita"*, por ser *"altamente e profusamente documentada"*, e, sobretudo porque *"em termos de historiografia do património das artes visuais portuguesas, sobretudo do design, esta coleção é de facto uma obra notável e é um bom contributo meu para estas coisas"*, Jorge Silva tem noção que *"apesar dos 15/16 euros que custam, de facto, os livros vendem-se pouco"* e que o projeto subsistirá enquanto tiver *"a benevolência do editor INCM, que é quem os edita, os imprime e os distribui"*.

Esta é, no entanto, uma iniciativa que está intimamente ligada com a sua decisão de criar um espaço de divulgação *online*, o que acontece, em janeiro de 2011. Embora se considere um observador atento do que tem sido a evolução tecnológica, quer no seio da produção gráfica quer nas tecnologias da comunicação, Jorge Silva reconhece que sempre teve *"alguma dificuldade em acompanhar os tempos do ponto de vista tecnológico"*, necessitando recorrentemente de apoio de terceiros na execução de tarefas que envolvam recursos tecnológicos mais avançados. Considera assim que este foi também um desafio que colocou a si próprio pois *"qualquer nova habilidade que eu incorpore na minha vida custa-me*

horrores". Contudo, com a ajuda dos colaboradores do seu atelier consegue *"finalmente abrir o primeiro blog em janeiro de 2011"*.

Para Jorge Silva este é um projeto que surge com a finalidade de *"espalhar toda a informação que tinha sobre ilustração"* numa perspetiva que se caracterizava por *"um texto com 2000 / 2500 caracteres, num tom meio crónica / meio factual e abundante iconografia, documentação, com algumas fontes, portanto, com alguma preocupação de rigor, mas com esta fórmula pensada de início e que assim ficou até hoje.... e assim continuará"*.

Todas as publicações são da sua exclusiva autoria, fazendo questão de, em praticamente todos eles, incluir textos seus que *"de alguma maneira, são uma espécie de fragmentos que eu sonho um dia colar uns aos outros e fazer com isso a tal história que ando a prometer na biografia que está no blog"*.

Assumindo a opção por uma estrutura *"o mais simples possível"*, embora já tenha tido uma atualização gráfica, Jorge Silva manifesta que este é *"tecnicamente muito pouco evoluído"*, o que está intimamente relacionado com as suas capacidades técnicas neste domínio. Ainda assim este é um projeto que *"teve alguns brilhos pelo meio (agora está um pouco mortiço)"*, nomeadamente dando origem, durante um ano, a uma crónica mensal na revista de domingo do jornal Público, e ganhando dois anos seguidos o melhor blog de artes visuais do concurso do Avatar⁹⁰.

Questionado sobre a oportunidade que estas plataformas oferecem na construção de conteúdos partilhados, Jorge Silva mostra-se bastante reticente, e, embora considere que há muito mais pessoas que podiam escrever sobre ilustração, ou dar contributos pontuais, afirma mesmo que *"não me interessa nada, nesse aspeto sou altamente egoísta. Este blog é um caso de egoísmo ou narcisismo puro. Toda a gente fala do serviço público que eu faço à ilustração e ao design, mas, no caso do blog — não da coleção D —, é narcisismo puro: sou eu que faço, é o que eu tenho e não falo do que não tenho..."*. É um projeto que desenvolve quase exclusivamente a partir do seu espólio, assegurando que *"não tenho tempo para ir a bibliotecas. Tive a hemeroteca anos e anos aqui ao pé, comigo a pensar todos os dias 'tenho que ir lá' e nunca ia, e, portanto, de alguma maneira faço isto enquanto as minhas posses me permitem, que é comprar aquilo que trabalho"*.

É nesse sentido que afirma: *"este blog é a minha cara a todos os níveis. Imagens muito bem tratadas, impecáveis, com boa reprodução (mesmo em quadricromia), mas sobretudo restauro das ilustrações"*, mesmo tendo noção que, eticamente, esta última opção é uma questão muito polémica. Assume que o faz porque *"é um restauro a partir da*

⁹⁰ Iniciativa do *blog* português Avatar que pretendia premiar os melhores *blogs* nacionais. projeto entretanto abandonado e desactivado.

ilustração impressa e, portanto, a ilustração impressa, desde si, é já um intermediário, ou seja, já não é o real. (...) O que eu lhe tiro é o tempo." Esta é, inclusive, uma prática contrária à que, por norma, aplica no seu trabalho que se destina à impressão, dizendo mesmo que aí *"eu gosto de ver os rasgões, a textura, a antiguidade do papel"*, mas que *"no blog eu achava que isso não tinha nenhum interesse... o que tinha interesse era a ilustração pura, e, portanto — tentando respeitar obviamente o traço do autor — eu faço um restauro que às vezes pode levar 10 horas por ilustração."* Sendo este um trabalho que fazia em exclusivo para o blog, o facto de trabalhar sempre em formatos grandes, para o poder guardar com qualidade, tem-lhe permitido que algumas destas imagens *"tenham ido ao papel, nomeadamente na coleção D"*.

Jorge Silva afirma que *"[ao fazer este restauro] nunca posso apresentar aquilo como o traço verdadeiro do artista, porque vemos os originais e há uma diferença brutal, sobretudo nos meios tons, mesmo considerando que estamos a olhar para uma obra que foi impressa e que a tinta entrou no papel e isso altera bastante o original"*, mas que esta é uma discussão que lhe interessa, até porque é uma opção tomada de forma consciente, com o objetivo de se aproximar o mais possível da ilustração original do autor.

Para além desta característica, considera também que o *blog* é "a sua cara" porque, afirma, *"os textos são curtos, tendencialmente irónicos, bem-dispostos, num registo que é o meu. O português é policiado regularmente, ou seja, volta e meia vou aos posts antigos e revejo. Eu tenho uma escrita muito imperfeita que eu vou retocando com o tempo"*. No mesmo sentido, refere que procura sempre apresentar *"uma visão de 360 graus sobre o fenómeno da ilustração"* ao contrário do que considera habitual, onde *"se vê trabalhos sobre ilustração, sobretudo da área académica, onde geralmente existe uma valorização ou subvalorização da ilustração como uma arte autónoma, pura, sem grandes concessões a fenómenos de popularidade, ou de baixa cultura"* e *"eu vejo a ilustração de uma forma mais abrangente"*.

É por isso que, segundo Jorge Silva, no *blog* *"tanto aparece: as capas de livros do Sebastião Rodrigues como aparecem as caixas de fósforos ou os folhetos do Parque Mayer (e estou a dar exemplos de casos concretos abordados); ou livrinhos miseráveis e pelintras de uma editora qualquer não sei de onde; ou os livros da Majora, que nos anos 40 e 50 eram aos milhões e que são geralmente desprezados pelos ilustradores e por quem geralmente fala da ilustração, e sobretudo a literatura infantil... portanto, para mim não há alta e baixa cultura na ilustração"*.

É também um projeto que se caracteriza pelo *"registo meio humorado dos textos que"*, considera, lhe é particularmente grato. Embora reconheça que, por vezes sinta *"falta de um certo 'arcaboço' académico em termos de investigação, no próprio jargão..."*, que encontra noutros trabalhos de investigação, confia-nos que não é sua intenção ser *"muito profundo"*, afirmando *"eu não sou assim, não sou um investigador... sou um investigador amador, um historiador amador. Tenho um conhecimento prático, sou uma carta fora do baralho — embora nestas artes toda a gente que trabalha nisto seja uma carta fora do baralho..., mas eu ainda sou mais"*.

Jorge Silva vê assim no *blog* uma oportunidade de criar um repositório onde caiba este mundo *"difícil de historiar e muito difuso em termos de plataformas, de suportes, etc..."*. Afirma-nos que *"por exemplo, a banda desenhada é fácil de estudar porque é fechada. É uma coisa fechada em si: texto e imagem, geralmente publicadas em folhas de papel de revistas ou alguns jornais. A ilustração pode aparecer em qualquer coisa, desde um folheto tipográfico até caixas de fósforos, uma carica, um rótulo, uma coisa qualquer... a minha coleção tem para aí 20 ou 30 categorias de coisas: autocolantes, cadernos escolares, cardápios/menus de restaurantes ou de navios, quer dizer, há de tudo. Portanto, é uma chatice colar isto tudo. Razão pela qual o que tem aparecido de história da ilustração está sempre muito encostado a um género ou a um suporte"*. Mesmo sabendo que *"é difícil conseguir juntar isto tudo e transformá-lo em algo sequente"*, afirma-nos que essa é a sua intenção, sendo o *blog*, nas suas palavras, *"claramente uma espécie de prólogo de qualquer coisa que eu vou fazer um dia"*.

Afirmando que a sua disponibilidade não é, de todo, a ideal para manter um ritmo adequado de publicação, assume também que não tem qualquer método para decidir o que publica, garantindo mesmo que *"é completamente ao calhas"* e que por norma *"acontece comprar uma coisa qualquer e ter uma compulsão para fazer sobre aquilo. Mas depois preciso de pensar, preciso de estudar.... e então vou fazer outra coisa qualquer. E tenho sempre 20 ou 30 assuntos preparados (geralmente com imagens já tratadas) e depois é preciso escrever o texto... e aí é que eu hoje em dia tenho mais dificuldade"*. Jorge Silva reconhece que, mesmo sendo uma opção estratégica definida desde o seu início *"gostaria de contar mais qualquer coisa... não me importava de escrever 3000 ou 4000 caracteres em vez de 2000 e pouco, mas de facto não consigo fazer isso. Estou tão inquieto com tudo aquilo que me rodeia que não me posso dar ao luxo de perder muito tempo."*. Ainda assim, reconhecendo-se como uma pessoa que está *"dentro do mundo da ilustração"*, afirma que não há *"muita gente que consiga alinhar duas frases sobre ilustração, seja de comentário ou de*

análise, embora também eu não o faça muito". Quanto ao seu caso confidencia-nos: "geralmente, nos posts, eu tenho uma estrutura que começa com uma história de enquadramento — socioeconómico, político, cultural, de época, etc... — depois fujo um bocado na classificação gráfica da coisa..., mas ainda assim consigo alinhar duas ou três ideias sobre o assunto. A maioria das pessoas que escrevem sobre ilustração mistificam a sua visão com: ou é adequada ao texto (que é uma doença infantil de quem escreve sobre ilustração para a infância... uma tragédia) ou então são aqueles arrombos emocionais sobre o artista, como aliás acontecia muito na crítica amadora das artes ao longo do século XX. Aquela coisa da alma do artista, do inflamado, etc..., portanto, eu limpo essa tralha toda e tento, sempre que possível, dar coisas um bocadinho concretas. Não é muito profundo, não é muito científico, não é muito académico — no bom sentido —, mas é aquilo que é possível fazer com os meios que tenho... e eu dou-me bem com essa fórmula".

Esta é, contudo, uma prática que não deixa de ser alvo de críticas. Jorge Silva reconhece que é um sintoma da escala do nosso país, e que se verifica também face à "Coleção D", pois *"sempre que sai alguma coisa, sempre que alguém faz qualquer coisa, tem sempre 20 gajos à perna a dizer que aquilo não está bem, que podia ser outra coisa"*. Para si o problema está identificado e resolvido: *"A fome é tanta que quando aparece alguma coisa tem de ser tudo. E quando se quer ser tudo também não se consegue ser nada. Portanto, aquilo que eu penso é: eu sou apenas parte deste mundo, desde ecossistema, não quero ser a voz desse ecossistema, sou uma parte. Quem puder fazer de outra maneira que o faça"*.

Este fazer, que para si é praticamente uma compulsão, é algo que Jorge Silva assegura não pretender abdicar a curto prazo, afirmando mesmo que *"o Almanaque é de facto um projeto, não vou dizer para uma vida, mas para muitos anos... isso não tenho dúvidas"*. Encontrando-se, no entanto, longe do que inicialmente se tinha autoproposto e algo insatisfeito com a cadência de publicações que consegue assegurar, pois *"a ideia original do blog era: mais dois anos e eu tenho um panorama fragmentado, mas ainda assim muito completo da história da ilustração portuguesa, e depois toca de fazer o livro..."*. Em sua opinião *"precisava de fazer para aí mais 200 posts até poder dizer assim: é pá... já está"*, até porque tem noção que *"metade daquelas coisas que mostro no blog não saíam... não apareciam"*. Esta é uma constatação que fundamenta ainda com o facto de, ao momento da entrevista, ter publicados 126 posts e ainda não ter *"falado de cromos imensos, incríveis, da história da ilustração, como: o Barradas, o Bernardo Marques, o Almada Negreiros..., portanto, ainda não falei de tipos mesmo muito bons"*, assumindo mesmo que *"há um certo caos naquilo"*.

Projetando assim o *blog* como *"a antecâmara de um trabalho mais sério que seria o livro"* preocupa-o igualmente o facto de *"falar de tudo com alguma graça, que pode ser atraente para as pessoas, mas se fizer uma história a sério, se não for muito extensa não faz sentido"*, até porque, como nos explica, *"exatamente por fazer tantos livros, desde sempre a palavra escrita para mim infunde algum respeito e temor [e] a verdade é que num livro um tipo escreve e está feito"*. É, nesse sentido, um projeto que Jorge Silva considera em permanente atualização, regressando frequentemente a publicações antigas, especialmente para corrigir o português pois, como afirma *"eu tenho uma escrita muito imperfeita que eu vou retocando com o tempo"*.

Embora assuma que este é um trabalho que desenvolve essencialmente para divulgação e apresenta um número considerável de visitas regulares, o autor confirma-nos que, da parte dos leitores *"não há grande eco"*, reforçando que no total dos 126 *posts* recebeu cerca de 200 comentários que, por norma, *"são pessoas a agradecer, a dizer bem... por vezes alguém até enternecido, sobretudo na área do infantil, por coisas que remetem para a sua infância ou adolescência"*. Não conseguindo identificar um "tipo de leitor comum", afirma-nos que *"a maior parte do meu público são os ilustradores. Se formos ver o artigo que mais respostas tem é o do Pedro Amaral, que é um amigo também, mas que é um ilustrador dos anos 90.... e se formos ver os nomes das pessoas que escrevem são sobretudo da área do design e da ilustração"*. Reconhece ainda que *"depois aparecem muitos amantes das coisas visuais, sobretudo da área do ensino, das artes plásticas, e às vezes também tipos que aparecem por acidente (ou indicação exterior) e que estão aparentados com aquilo que lá se diz, sobretudo familiares dos ilustradores"*, o que, em seu entender, é o melhor tipo de comentário que pode receber, pois *"de repente tenho uma ligação com alguém que eu posso vir a precisar mais tarde.... O que já aconteceu"*.

Nesse sentido, recorda com especial relevância um episódio em particular originado pela colaboração que mantinha com o "Público":

"No verão de 2012 fiz uma crónica chamada 'Silly Season' sobre umas capas meio pornográficas de um escritor português, com o pseudónimo Sam Marques, que fazia autoedições de uns romances eróticos. São meia dúzia de livros e as capas são de uma candura... são muito engraçadas. Sendo dos anos 60, tem aquela patine do tempo, e são muito naïves, muito mal desenhadas. Eu tinha o acordo com o jornal de publicar primeiro com eles e fiz essa crónica no verão. Passado um tempo vem uma resposta (creio que no email do blog) de um engenheiro holandês, que trabalhou em Portugal, mas que agora estava na Holanda e que era casado com uma senhora já muito idosa, com a qual já não se podia falar (com 80 e muitos

anos) que tinha sido a esposa desse escritor... e tinha sido ela a desenhar as capas, coisa que não se orgulhava particularmente.

Eu no artigo não dou o nome da senhora, porque não o sabia (as capas eram anónimas, embora o do escritor — o verdadeiro — tenha conseguido descobrir na net). Este engenheiro naval holandês era agora casado com esta senhora e eu ainda tentei falar com ela..., mas disse sempre que não. Só falava ele e num mau português. Mas ainda trocámos uns emails e fiquei a saber o nome dela completo, a data de nascimento, etc..., mas fiquei a saber uma série de novos dados graças à crónica do "Público". (...) Em abono da verdade, aquelas 20 crónicas do "Público" fizeram muito mais por isso do que os cento e tal posts ao longo de 3 anos".

Jorge Silva indica-nos que este não foi, no entanto, um episódio irrepetível. Voltaria a verificar-se interações do mesmo tipo com familiares de outros autores o que, nas suas palavras *"é bom... porque um dos grandes problemas é ter acesso a estes interlocutores"* e reforça essa afirmação com um exemplo concreto: *"É assim: as artes plásticas, sobretudo a pintura, são feitas para expor (serem compradas e estarem na parede) e a ilustração era carne para canhão... desaparecia nas gráficas, nas mãos dos editores, ia para o lixo, ou autores não queriam saber, ninguém se interessava em recuperar nada... e essa é uma situação que ainda hoje (pelo menos até aos anos 90) acontece de forma dramática, (...) portanto, não se consegue encontrar ilustração muito facilmente. Mas às vezes vai-se a casa deste e daquele — herdeiros, normalmente — e lá está na parede ou num classificador umas coisas... e que às vezes aparecem nos leilões. Há muita ilustração por aí, mas que não está disponível. Os maiores espólios de ilustração em Portugal estão com os tipos que trabalhavam em gráficas ou editoras. Aquilo muitas vezes era 'rapinado' ou ficava esquecido... e ficavam para estas pessoas. (...) Esse é outro problema grave para se fazer uma história a sério".*

Admitindo assim que o *blog* poderá desempenhar um papel importante neste processo de partilha de informação que, neste momento, se encontra dispersa e encoberta, Jorge Silva identifica igualmente algumas dinâmicas no sentido inverso, ou seja, no processo de disseminação por terceiros. Apontando o exemplo concreto de uma escola do Porto que, no âmbito de um projeto com o Museu Soares dos Reis, solicitou autorização para *"replicar alguma da informação numa plataforma deles"*, o autor afirma-se *"muito liberal nesse aspeto"*, até porque acredita que é da partilha informal de informação que esta poderá assumir alguma relevância. Esta informalidade é, inclusive, algo que gosta de promover por oposição ao discurso denso e inacessível de muitas iniciativas académicas, referindo mesmo que *"há uma coisa que me enerva profundamente... que é a obsessão desses trabalhos em estar a citar, linha sim linha não, um gajo qualquer. (...) eu odeio isso. O meu*

blog, a minha escrita é contra isso tudo. Obviamente é quase impossível em alguns casos e é por isso que evito falar de gajos como o Almada Negreiros e o Bernardo Marques, que estão muito identificados e referenciados, e é difícil produzir teoria ou conversa original sobre eles".

Admitindo assim que prefere não referenciar outros autores "*salvo casos pontuais que têm alguma graça ou justificação no contexto do post*" mostra-se extremamente respeitador da autoria de outros conteúdos, afirmando especificamente que "*até hoje não tive uma única queixa, crítica ou comentário nesse sentido. (...). Tento sempre reciclar toda a informação que tenho e apesar da bibliografia que dou tento devolver isso de uma forma relativamente original, o que não é fácil, até porque há ideias muito redondas e obviamente muito fortes sobre alguns ilustradores. Ou seja, eu não podia fazer isto sobre artistas plásticos, a não ser que fosse um gajo genial. Sobre ilustração consegue-se fazer... e eu tenho essa obsessão.*".



RODAS DE VIRIATO

JOÃO BRAGANÇA

V.5.4 - <http://rodasdeviriato.blogspot.pt>

Professor de profissão, João Bragança nasce no Fundão, distrito de Castelo Branco, onde frequenta toda a escola primária e secundária. É neste contexto do interior do país, caracterizado pela falta de locais e iniciativas relevantes para os jovens, que, como aluno da componente de artes plásticas, recorda com especial amargura a forma como esta falta de recursos o marcou, afirmando que *"de certa forma fizeram com que, hoje em dia, eu viesse a ser um produtor ou, pelo menos, alguém que tenta lutar contra essa ausência"*.

É na transição para o ensino superior, com o ingresso no curso de professores, variante Educação Visual e Tecnológica, no Instituto Politécnico do Porto, que esta sede de conhecimento se começa a saciar, notando, já aí, a propensão para *"construir coisas"* a partir do que ia coligindo. João Bragança refere-nos especialmente que: *"como estava no*

IPP, na Escola Superior de Educação, havia uma grande parte dos meus colegas que eram da zona e eu ficava muito admirado quando lhes dizia, por exemplo: 'este fim de semana fui ao Museu Soares dos Reis, e vi isto e aquilo, e as pessoas que eram de lá e nunca sequer lá tinham ido...".

Este novo contexto torna-se propenso à sua autorrealização pessoal, sendo nessa altura que, confessa-nos "comecei a fazer um fanzine, que surgiu depois de ver um que uma amiga minha tinha feito quando foi estudar para a ESTGAD, nas Caldas da Rainha, e eu, de alguma forma, senti a necessidade de fazer algo. Quando eu fiz o fanzine, e talvez quando comecei a fazer o blog.... é uma coisa que eu não consigo explicar bem porquê. É uma vontade... talvez uma coisa naïve ou ingénua".

Este é, no entanto, um primeiro projeto ao qual se dedica de forma apaixonada e duradoura. Abordando diversas temáticas em torno das artes plásticas, nomeadamente a banda desenhada, a fotografia, pintura, escultura, entre outras, o fanzine subsistiria no mercado durante 10 anos. João Bragança refere-nos: "a nível nacional foi um dos que teve maior vida e maior número de publicações. Chamava-se Succedâneo e teve 34 edições, chegando a fazer 200 exemplares de alguns números". Sendo um fanzine com "uma vida muito particular" o autor explica-nos ainda que "na sua fase final era um fanzine objeto, onde havia qualquer coisa que servia de suporte. Era uma espécie de parasita, um bocadinho de arte nómada, qualquer coisa que se podia mexer, levar... Nessa parte final houve um número que estava dentro de uma luva de construtor da construção civil, houve um que era sobre alimentação e estava dentro de uma caixa de transporte de comida e a capa eram duas fatias de pão de forma — portanto, o fanzine era uma sandes, e houve um que era um carro feito em madeira (desse fanzine só houve 2 exemplares) e que tratava dos carros feitos em Portugal". Este último é, inclusive um dos números que mais o marcou, explicando-nos que "como o fanzine se chamava Succedâneo (com dois CC's) e como eu sempre defendi que as pessoas deviam ter acesso em massa à informação, aos bens, por aí fora... brinquei um pouco com o nome do fanzine e fiz um sucedâneo do Succedâneo. Ou seja, fiz uma edição em papel, seguindo a temática, tal como costumava fazer, para que, quem não pudesse ter um dos dois carros, que era o objeto em si, pudesse ter então um sucedâneo... do Succedâneo."

Interrompendo, pouco depois, a edição de novos números do fanzine, fica ainda desta experiência a afinidade com o tema dos veículos fabricados em Portugal, até porque, como nos explica João Bragança, "da mesma maneira que eu via no fanzine, que, por um lado, havia novos valores e coisas que a maior parte das pessoas desconheciam, também percebi que

nesta temática dos veículos havia coisas que as pessoas não sabiam que tinham acontecido... e eu quis estudar isso, investigar e divulgar".

Foi desta forma que este tema passou a fazer parte do seu rol de preocupações e o impeliu a levar mais longe esta nova prática, pois, como nos explica *"de certa forma, por ter necessidade de consumir isso e não haver resposta, ou simplesmente respostas que não me satisfaziam, comecei eu a produzir conteúdos sobre a temática, indo pesquisar, fazendo divulgação de imagens publicadas em revistas, fotografando veículos na rua ou em concentrações/passeios, em exposições... falando da temática e pronto. Apareceu assim então o blog, também como, não diria complemento, mas como um subproduto do mestrado que fiz onde tratei do assunto dos blogs".*

João Bragança encontra, no entanto, alguma dificuldade em explicar o que o motiva ainda hoje para continuar o projeto. Tal como nos refere *"o blog vai fazer 8 anos em outubro [de 2014], já são muitos anos, e para além disso é atualizado diariamente sempre com conteúdo novo (...) Faço sempre questão de procurar coisas novas e acrescentar sempre qualquer coisa ao que existe".* Foi, no entanto, esta possibilidade de comunicar para uma plateia mais alargada que, desde início, o estimulou a desenvolver o *blog*, o que justifica com o surgimento de uma conjuntura muito particular: *"o blog surgiu através de um interesse que havia pela descoberta dos veículos nacionais, especialmente sobre as motorizadas. (...). Aparece também numa altura em que a internet já não era uma novidade, mas esta coisas das pessoas poderem colocar material online era, e isto teve um crescendo, que foi ganhando alguma dimensão, cheguei a ter, em dias vulgares, 600 entradas por dia (600 pessoas novas... não page views) e, entretanto, chegou a crise, algum desinteresse pela temática, a mudança também para outras plataformas, como o facebook, e isso fez com as coisas mudassem".* Contudo, embora reconheça que o panorama se alterou a este respeito, continua a achar que o *blog* é a solução ideal para o seu projeto. Na sua opinião *"Poderá haver outros modelos de plataforma interessantes, mas o Facebook não é, de todo, o adequado. Porque é bom para a quantidade, mas não tem indexação, não há a facilidade de estabelecer relações com links, ter secções organizadas... para mim não funciona. Eu tenho facebook e uso-o como forma de angariação de tráfego para o blog. Raramente trato o Facebook como o principal. A única coisa que faço é, quando encontro outras publicações interessantes, disponibilizo-as no meu mural".*

João Bragança confessa-nos ainda que *"eu faço o blog porque acho que devo continuar. É um trabalho que está iniciado, a minha ideia, mais que ter um produto terminado, é ter um produto começado, para depois dar bases a alguém que queira continuar... nem que seja dizendo que o que eu*

fiz está mal por isto ou por aquilo. Para mim é uma coisa como tomar banho, ou lavar os dentes, faço o blog e pronto".

Mantendo ao longo da vida uma grande afinidade com as artes, em geral, e sempre atento ao mundo do design, este autor não tem dúvidas em afirmar que trabalha sobre um universo de *"produtos portugueses que tinham muita qualidade"*. João Bragança cita a afirmação: *"o design é a resposta a umas determinadas exigências num determinado tempo"*, que indica como sendo da autoria de Daciano da Costa, para caracterizar a produção de veículos portugueses do século XX. Para ele, verifica-se, especialmente nos veículos de 4 rodas, *"um denominador comum que é a chapa quinada, com exceções, claro. Sendo os exemplos mais conhecidos o UMM, a Berlier Tramagal, o Portaro, o GM amigo, a Datsun Sado, tudo isso são exemplos disso... e é uma resposta do design, pois se não se conseguia outro tipo de moldagem, então fazia-se assim"*. Já ao nível das bicicletas e das motorizadas, refere-nos *"também se fez muita coisa de bom"*, contudo, é sobre esta temática que o autor aproveita para manifestar a sua opinião sobre algumas atitudes que considera negativas e que identifica, quer em relação ao blog, quer no povo português no geral, pois, em sua opinião *"o português tem tendência para se enganar a si próprio e dessa forma dizer que é superior. Eu só consigo dizer mal de uma coisa se souber muito do assunto e o que as pessoas normalmente fazem é isso: dizem mal. Eu no meu blog tento desmistificar isso e brincar com a situação porque as pessoas podem ser muito mazinhas. E, primeiro, estão a fazer mal a elas próprias, pois criam um espírito negativista à volta de tudo o que se faz (o que evita que muita gente faça alguma coisa...), por outro lado não conseguem apreciar o que as outras pessoas fazem de bom e que tem de ser analisado em função do contexto, da época, dos recursos disponíveis... tudo isso"*.

Talvez seja também por isto que, embora mantendo algumas colaborações, João Bragança considera que este é um *"percurso solitário"*. Afirmando: *"há pessoas que periodicamente me escrevem e me enviam material. Esse é publicado no blog com a indicação da fonte do texto ou imagem (embora funcione mais com a imagem)"*, diz-nos igualmente que *"o mais normal"* é surgirem algumas pessoas a demonstrar interesse em colaborar diretamente no *blog*, mas que isso acaba sempre por não se materializar *"ou porque dá trabalho, ou porque elas precisam de formação para trabalhar com a plataforma e eu não tenho essa disponibilidade..."*. Confirma-nos, ainda assim, a existência de um colaborador oficial que *"publica muito pouco"* sendo que, o mais normal é ser o próprio autor a recorrer às pessoas, afirmando-nos: *"se vejo determinada imagem publicada que me interessa, peço autorização à pessoa para a usar e se precisar de informação sobre um determinado veículo, e souber de alguém que me possa*

ajudar, aí também peço as informações e publico no blog com a referência de quem me deu a informação. Mas regra geral é um percurso solitário..."

Procurando ainda publicar conteúdos sobre artefactos contemporâneos, relacionados com a indústria dos veículos, João Bragança refere-nos que *"...é difícil! Primeiro não é fácil definir o que é nacional hoje em dia, há muita informação incorreta. Depois, posso dizer que o blog é uma referência na área, mas padece de algumas enfermidades. Uma delas é que não consegue atrair pessoas e empresas para divulgarem por aí os seus produtos"*, sendo esta uma prática que o autor identifica em vários *blogs* internacionais do género ou até em Portugal, mas sempre relacionado com outros temas, e que não acontece no seu caso.

É ainda neste contexto que nos refere que *"normalmente os contactos acontecem por uma componente afetiva, por exemplo, as pessoas contactam-me a dizer: o meu avô é que fez isto, o meu tio é que fez aquilo... por exemplo, (...) já contactei com vários descendentes, e alguns até foram eles que começaram por me contactar, mas a coisa acaba por resfriar quando eu peço informações mais específicas ou para me enviarem alguma coisa. Acho que há pouca vontade para deixar mais informação e há muitas pessoas, já idosas, que quando morrerem a informação vai com eles. (...) Como eu não quero ser chato a coisa acaba por não ser o que podia ser"*.

Em relação ao que publica, João Bragança assume que tem *"o cuidado de variar o tipo de veículos e as marcas. Ao início até tinha isso calendarizado para evitar repetições, mas isso faz com que eu tenha que ir buscar coisas a um arquivo gigante, que passa por revistas (tenho coleções inteiras de revistas antigas) e fotografias de exposições, eventos ou museus que visito. Portanto agora publico mais o 'que está à mão', mas por vezes ainda vou buscar coisas antigas ao disco rígido que estão por publicar. Isto também porque há algumas temáticas mais complicadas de encontrar informação, como é o caso dos comboios, e então não dá para manter uma regularidade temática"*.

Descurando assim a vontade de manter algum equilíbrio nas matérias abordadas, o autor revela-nos que ultimamente *"procuro mais provocar a discussão, até porque não domino todas as áreas e gostava que houvesse mais interação para discutir a informação"*.

É nesse sentido que assume que *"por vezes faço posts mais editoriais, precisamente para lançar mais informação do que apenas as fotografias. Também costumo ironizar com algumas situações precisamente para haver essa discussão e alguém reagir, nem que seja dizendo que as coisas não foram bem assim e foram de outra forma"*.

É essa dinâmica que João Bragança identifica como uma das grandes vantagens da *web*, embora, mais uma vez, seja da opinião que, em Portugal,

essas práticas não se encontram instituídas. Para tal, indica-nos o exemplo dos fóruns, dos quais é um frequentador assíduo e de longa data: *"A informação online tende a saturar-se depressa, ou seja, quando alguém, especialmente gente jovem, chega e começa a publicar tende a ficar-se pela informação mais imediata, porque é a mais fácil. Chega a uma altura, por exemplo nos fóruns, em que a informação praticamente se esgota e, rapidamente, sobram apenas alguns tópicos de classificados sobre compra, venda e troca de material. Com as motas foi assim, havia muita informação inicial e agora nota-se que está a morrer. Já as bicicletas começam agora a aparecer mais. Eu habituei-me com o fanzine a fazer o máximo possível com o mínimo de recursos. Muitas vezes as outras pessoas não estão disponíveis para isso... eu compreendo e acho bem, mas nem todos têm essa disponibilidade"*.

Para além desta conduta já há muito identificada, João Bragança revela-nos ainda alguns factos relativos ao público tipo que frequenta o seu *blog*. Considerando que *"são pessoas que se identificam com a temática e procuram informação sobre ela"*, o autor indica-nos, com particular desânimo, que: *"há algum anonimato ou até pudor em dizer que se frequentou o blog. Não entendo bem porquê, mas muitas vezes eu encontro outras publicações com imagens minhas e com a referência apagada. Normalmente eu vou lá dizer de onde é que ela foi roubada"*. Sendo esta uma prática recorrente, esta deve-se sobretudo, em sua opinião, à vergonha que ainda existe em assumir publicamente o desconhecimento sobre alguns assuntos e, em alguns casos, querer fazerem-se passar por donos de informação que não é sua. Ilustrando esta situação com um exemplo concreto, João Bragança refere-nos: *"já me aconteceu publicar uma foto de uma peça e encontrar alguém num fórum a perguntar se sabem onde é que se encontra aquela peça. Eu até costumo responder, a brincar: 'já experimentaste falar com o parvalhão que publicou isso?' Ou seja, as pessoas ainda têm alguma vergonha de encetar conversas nestas plataformas mais públicas"*.

Demonstrando assim algum desalento no facto de não sentir mais envolvimento por parte de quem frequenta o *blog*, o autor prossegue lamentando a oportunidade perdida que esta postura provoca. Notando mesmo que existe algum aproveitamento indevido do seu trabalho, refere-nos ainda que *"só não há mais porque eu vou fazendo algum policiamento. E eu até tenho no meu blog a dizer que autorizo a divulgação dos conteúdos desde que devidamente referenciados. Não é porque queira com isso alguma promoção pessoal, mas antes porque a internet permite a criação de hiperligações, há correntes que podem ser estabelecidas e se forem seguidas ficamos todos a ganhar. [Com estas práticas] As pessoas sistematicamente quebram essas ligações e depois não é fácil. A*

informação está sempre a ficar nos círculos mais restritos a cada publicação individualmente. Eu não vejo as minhas publicações como um ponto de chegada, mas como um ponto de partida".

Apesar deste contexto que considera menos simpático, João Bragança entende que desenvolve um trabalho relevante para um grande público. As mensagens de apoio e felicitação são uma constante, surgindo do seio de uma comunidade fiel, que sente que está estabelecida e que, embora não considere a interação com esta propriamente profícua, se constitui como um importante reportório de contactos de agentes com afinidades com esta temática.

Sem certezas quanto ao futuro do projeto, o autor confia-nos que uma das perguntas recorrentes que lhe é colocada é *"para quando o livro?"*. Essa é, contudo, uma hipótese que não equaciona, referindo mesmo que quando lhe fazem essa questão: *"apetece-me rir, pois nunca haveria uma resposta positiva a uma iniciativa dessas"*. Reconhece, no entanto, que *"há outras coisas que eu gostava de fazer, nomeadamente vídeos de carácter documental. Já tentei fazer alguns, mas é difícil. Ocupa-me muito tempo e é incomportável para a minha vida atual"*.

Não descarta, no entanto, continuar a desenvolver algumas *"iniciativas que pretendem manter a memória viva"*, até porque esta é uma atividade que lhe dá especial prazer e para a qual procura constantemente novas oportunidades. Como exemplo refere-nos a ação que desenvolveu por ocasião dos 100 anos da marca EFS, onde, como nos diz: *"decidi, por minha iniciativa e a meu custo, comemorar esta efeméride. Lancei a ideia no blog, criei uma imagem gráfica e a partir daí a ideia foi evoluindo. Contando com sugestões e ideias dos leitores, criei uns dípticos para as pessoas poderem meter no punho da motorizada. Depois fui dinamizando uma série de posts no blog, com algumas coisas de novo sobre a marca e isso foi gerando algum dinamismo, chegando mesmo a enviarem-me várias coisas. Depois contactei a Expoeste [salão de exposições das Caldas da Rainha], que costuma organizar um salão de motos e de carros clássicos, para se fazer uma exposição sobre os 100 anos da EFS, com alguns veículos, artigos de colecionismo, etc... Isso deu ainda origem a uma outra exposição, sobre o mesmo tema, mas organizada por uma outra pessoa a quem eu facultei todo o material necessário"*.

Fruto desta colaboração com a Expoeste, João Bragança viria ainda a organizar a exposição *"Início da Indústria dos Ciclomotores em Portugal"*, o que, na sua opinião *"daria um ótimo livro, mas achei que a exposição seria mais interessante"*. Nesse sentido, revela-nos o autor *"organizei não só a exposição, ou seja, colocar lá alguns veículos (que é o mais normal nestas coisas...), tinha depois uma exposição de pneus (nós tivemos uma indústria*

importante nesta área), tinha artigos de colecionismo, havia uma secção de peças e havia um mini fórum onde era possível ver vídeos de filmagens antigas (tinha da Motalli e da Pachancho e são vídeos que estão no YouTube e que eu descarreguei). A ideia era ter ali um espaço cultural mais amplo para além do que acontece normalmente, que é só expor ali os veículos e já está. É uma forma também de eu mostrar que, se houver interesse de alguma identidade de fazer uma coisa a sério, eu tenho capacidade para isso".

Esta é uma demonstração de competências que tem sempre por base o trabalho diário que vai desenvolvendo no *blog*. O vasto espólio que hoje apresenta é o resultado de anos de dedicação pessoal e de interação com terceiros que acontece quase em exclusivo através desta plataforma. É ainda através desta que toda a informação, para além de ser disponibilizada, fica eternizada, confidenciando-nos o autor que: *"eu confio na internet. De tudo o que publico só tenho backup das imagens que disponibilizo. Os textos só estão mesmo online"*.

Quanto ao seu futuro, João Bragança diz-nos ainda que *"o blog, por muito mau que seja e por muitos defeitos que tenha, já não é fácil alguém chegar e destronar. É claro que é possível acontecer e eu até gostava que acontecesse, mas já tenho ali alguma coisa construída. Para fazerem alguma coisa com alguma substância tem de ser alguém com muita informação privilegiada (perto de alguém que tenha trabalhado nas fábricas, por exemplo) e isso não é fácil."*

Assumindo assim uma atitude empreendedora muito relevante, João Bragança afirma ainda que: *"Tinha mais ideias que nunca cheguei a realizar. (...) [mas] eu gosto de fazer estas coisas e quando quero fazer faço. Não digo que sou o maior, se os outros quiserem que o digam"*.



CERÂMICA MODERNISTA EM PORTUGAL

RITA GOMES FERRÃO

V.5.5 - <http://ceramicamodernistaemportugal.blogspot.pt>

De formação de base em Belas-Artes e detentora do título de mestre em História da Arte Contemporânea, Rita Gomes Ferrão é natural de Lisboa, encontrando-se, à altura da entrevista, a frequentar o curso de doutoramento em História da Arte da Universidade Nova de Lisboa.

Enveredando pela componente de pintura durante a sua licenciatura na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa, a autora começa por confessar que *"o meu percurso nunca teve rigorosamente nada a ver com cerâmica. Eu sempre me interessei por arte contemporânea e foi nisso que comecei a trabalhar quando iniciei a minha investigação. Mas sempre tive interesses muito ecléticos (cinema, design, etc.) e, entretanto, ia, paralelamente, colecionando cerâmica. Peças de cerâmica utilitária, coisas decorativas.... depois comecei a perceber que há um campo de estudo enorme, aberto e*

que ninguém ainda explorou suficientemente, enquanto que a trabalhar sobre arte contemporânea há muita gente neste momento".

Foi neste contexto que decidi *"fazer uma inflexão"* no rumo da investigação que vinha a desenvolver *"já depois de ter defendido um plano de tese para avançar em doutoramento"*. Referindo que o *blog* era, por essa altura, um projeto paralelo que se estava a iniciar, reconhece que foi a falta de informação disponível sobre o tema da cerâmica em Portugal e o *feedback* que inicialmente recebeu que fez com que tenha decidido mudar a área do tema de doutoramento, até porque, *"o blog depois tomou umas proporções que eu não esperava"*.

Segundo a autora, acabou tudo por acontecer de forma muito natural, afirmando-nos que *"mal fiz as primeiras publicações recebi logo emails a perguntar coisas e a dizerem coisas... o que foi ótimo. Logo a seguir a eu iniciar o blog, algumas pessoas que comunicavam comigo decidiram também fazer um novo blog, (o "Moderna uma outra nem tanto"⁹¹). Até aí havia só um, que era o "Memórias e arquivo da fábrica de Sacavém"⁹², mas de repente apareceram outros"*. Para além desta relação que se foi cimentando com outros *bloggers* Rita Gomes Ferrão salienta o papel dos colecionadores que, como espectadores atentos desta realidade, acabaram por se tornar parceiros importantes no seu trabalho. Tal como nos diz *"os colecionadores, nesta história, são muito importantes. Eles é que têm as peças e para se poder estudar é preciso ter acesso às peças. Trocando informações com vários colecionadores consegue-se chegar a alguns dados importantes que servem para aprofundar a investigação... e o blog é que deu início a esse processo todo"*.

É desta forma que este seu projeto, inicialmente considerado apenas um *hobby*, se tornou o interesse principal que, inclusive, acabou por lhe trazer algumas oportunidades profissionais, o que, como nos diz *"é surpreendente e que não estava à espera, pois não era essa a intenção. (...) Mas, como eu disse, sou de pintura e trabalho também com cerâmica. Fui a assistente da Françoise Schein, que é autora de uma das estações de metro aqui em Lisboa — a estação de Nova do Parque —, e que já tinha trabalhado com a fábrica Viúva Lamego. Então, o ano passado, encomendaram-me um mural (um padrão de azulejos) para um restaurante. E foi um trabalho que surgiu através do blog. Portanto o blog acabou por me trazer trabalho, mas também é por isso que ele agora está com menos publicações"*.

Reconhecendo assim que esta sua iniciativa, e o contexto que a partir dela se desenvolveu, assumem hoje uma importância vital na sua vida

⁹¹ Ver: <http://modernaumaoutranemtanto.blogspot.pt>

⁹² Ver: <http://mfls.blogs.sapo.pt>

diária, Rita Gomes Ferrão confessa que este tem sido também um percurso de grande aprendizagem, especialmente no que diz respeito à produção nacional. Conforme nos indicou, este foi um caminho que se iniciou com um interesse particular na produção internacional, até porque, como refere *"era a que conhecia melhor, porque eu colecionava peças que não eram portuguesas, eram coisas que eu comprava quando saía do país. (...) e só quando comecei a interessar-me pela produção nacional é que percebi que podia de facto constituir um corpo de trabalho com interesse"*. Para a autora, este era inicialmente um interesse que se caracterizava pelo que denomina de "Modernista", o que, tal como nos diz, *"é a designação que optei e tento fundamentar, embora muita gente discorde dela. Mas não havia muitas outras hipóteses para a definir, pois não é um arco temporal, mas sim uma opção estética"*. É nesse sentido que assume que a sua investigação cobre um período que vai *"desde a Fábrica de Sacavém, antes da segunda guerra mundial, e algumas outras indústrias do norte do país, até à produção do pós-guerra"*, sublinhando ainda que *"eu vou, mais ou menos, até 1974, pois, a partir daí, em termos de produção, mudou tudo e muitas coisas que eram possíveis fazer deixaram de fazer sentido"*.

Desde que assumiu esta área como o seu interesse de investigação principal, Rita Gomes Ferrão tem-se prestado ao estudo exaustivo de alguns dos espólios mais representativos desta indústria em Portugal. Indicando como primeiro grande trabalho o estudo desenvolvido sobre a Fábrica Aleluia, em Aveiro, que, tal como nos diz *"é uma das minhas favoritas nesse período de tempo e que é uma fábrica sobre a qual não se sabia rigorosamente nada"*, a autora sublinha a importância de se desenvolver um trabalho cuidado sobre esta realidade. Para si, o caso da Fábrica Aleluia é paradigmático, pois, diz-nos *"embora existissem ávidos colecionadores, que pagavam bom dinheiro por determinadas peças, estes não sabiam nada. Não sabiam quem tinha desenhado aquela peça, como é que a fábrica funcionava, qual era o público alvo daquelas peças..."*.

O espectro amplo associado a esta indústria torna, em seu entender, difícil de balizar os limites da sua investigação, embora admita que esta se deverá restringir à produção da região de Aveiro, Caldas da Rainha, Alcobaça e, eventualmente, de Viana do Castelo que é, em seu entender, *"uma produção da década de 50 muito mal conhecida e extraordinária"*. Esta é uma opção consciente tomada em função do reconhecimento de uma realidade que considera problemática, pois, como nos diz, *"em Portugal nota-se o problema da centralidade de Lisboa, por isso é que a fábrica de Sacavém é a fábrica que está mais estudada e documentada com montes de livros publicados (...) há outras fabricas que ninguém estudou nada e têm coleções incríveis"*.

Confessa, no entanto, que *"às vezes é penoso, porque eu dediquei-me a estudar só a produção nacional e a colecioná-la e esta era uma indústria onde os mercados eram muito os mercados internacionais. A Secla, sobretudo para os Estados Unidos e mais tarde para a Escandinávia, produzia em grande escala, o que significa que temos de procurar conhecer os requisitos desses mercados. As peças não seriam desenhadas de certa forma se não fossem esses constrangimentos. Portanto, os referenciais internacionais são muito importantes"*.

Reconhecendo esta como uma das grandes características da produção de cerâmica "modernista" em Portugal, Rita Gomes Ferrão refere-nos ainda que *"[de resto] passava-se sempre (e, tal como noutras áreas da indústria, se continua a passar) por condicionar a produção aos modelos internacionais que influenciam sempre o que se desenha cá em Portugal. A regra era: visitar as feiras e depois, quando não se copiava mesmo, fazia-se muito parecido. Estranhamente isso é o que me interessa mais: perceber como é que os modelos internacionais são apropriados pelos portugueses e transformados numa coisa que não é portuguesa nesse sentido... e é por isso que o blog se chama Cerâmica Modernista em Portugal e não Cerâmica Modernista Portuguesa"*. Contudo, não entendendo esta particularidade como exclusivamente portuguesa, a autora refere-nos que este *"era um problema transversal a toda a europa. Não creio que seja um problema português... que não é. Em termos de design de cerâmica em regra geral são os alemães que fazem primeiro. Chegam-nos as coisas normalmente por via italiana, mas os italianos já foram antes buscar à Alemanha"*.

Confessando não ter qualquer tipo de experiência anterior na gestão deste tipo plataformas, Rita Gomes Ferrão explica-nos que *"quando fiz o blog foi porque eu comecei a participar em fóruns internacionais sobre cerâmica e achei piada aquela abertura: alguém que tem coisas, sabe coisas e não tem problema algum em partilhar e falar sobre elas. Isso é algo que em Portugal não há muito. As pessoas guardam tudo e não partilham"*. Assumindo assim esta questão como uma das questões mais problemáticas associadas a estas iniciativas, a autora vai ainda mais longe quando afirma *"as pessoas já não partilham e neste caso, como tem a ver com o mercado, ainda pior. Os colecionadores sabem que se divulgarem muita informação sobre determinado assunto, as peças vão encarecer e essa é uma das situações com que eu me tenho deparado: este tipo de peças, desde que eu tenho o blog e o facebook — que tem funcionado mais como ferramenta de difusão —, já subiram imensamente de preço"*. Isto acontece, no seu entender, principalmente porque *"antes havia um grupo restrito de pessoas a colecionar e agora já há um grupo muito maior e, assim, as coisas tornaram-se muito mais complicadas. Esta é uma das*

razões pelas quais as pessoas não querem divulgar muita coisa. Eu acho que isso é uma contingência que tem de ser ultrapassada. É mais importante mostrar as coisas e publicar sobre elas do que estar preocupada com o preço que elas atingem no mercado”.

Não sendo esta uma regra absoluta, Rita Gomes Ferrão revela que, *“entretanto, tive a felicidade de encontrar dois ou três colecionadores com coleções vastas, e que são pessoas generosas, que estão dispostas a partilhar e isso é uma ajuda muito grande”.* Estas são, para si, colaborações que entende como fundamentais, pois é uma das poucas formas que, tradicionalmente, encontra de conseguir aceder a algumas fontes de informação importantes, até porque, como refere *“as fontes, neste trabalho, são muito complicadas. Nunca houve o hábito de catalogar e registar as peças. (...) A maior parte do material que tenho é através dos antigos funcionários. Em Aveiro, por exemplo, os funcionários e os pintores que trabalharam na Aleluia, nestas décadas que me interessam, estão todos a morrer. Nesta altura já morreram uma série deles, portanto, é um estudo que tem urgência e que tem a ver com as pessoas... se elas morrem a informação vai com elas”.*

Consciente da urgência do trabalho que desenvolve, confia-nos que sobre a produção de louça utilitária e decorativa o panorama, em termos de registo histórico, é muito incompleto pois quase não existem registos oficiais. Citando alguns exemplos, a autora diz-nos *“na Secla, como supostamente a Câmara Municipal tinha comprado o espólio, eu pensei que havia material para estudar e foi uma terrível desilusão. O espólio já tinha sido adquirido em 2006 e recentemente ainda estava tudo nas instalações da fábrica. Perdeu-se imensa coisa porque havia imensa papelada que estava em arquivos e caixotes, que ninguém sabia o que era, e que agora é muito complicado reconstruir. Muito do material que eu consegui estudar foi precisamente através dos ex-trabalhadores. Catálogos, preçários, listagens de referências, formas... esse género de coisas. Já a Spal, que nasce no final da década de 60, e abre logo um concurso de design para as primeiras peças, espero que ainda tenha arquivo. É um das que eu gostava de estudar e como a fábrica ainda está em laboração pode ser que ainda existam registos”.*

É também neste contexto que, reconhece, as *social technologies* podem ser fundamentais. Confessando que a colaboração com outros *bloggers* é uma realidade, *“embora não seja uma coisa muito alargada... são 3 ou 4 blogs”*, a autora sente que a cooperação informal na construção de conteúdos é algo que já se verifica, nomeadamente na troca de informação sobre textos publicados no *blog* onde o *feedback* na retificação ou adição de dados é comum. Embora em menor escala, Rita Gomes Ferrão reconhece

que esta é uma prática que hoje também já acontece com outros leitores e que, muitas vezes não acrescentando informação tão técnica ou detalhada, acaba por ser igualmente importante neste processo, afirmando-nos *“por exemplo, há uma peça que foi fabricada e desenhada por uma fábrica qualquer para ser oferecida com uma marca de leite ou detergente na década de 60. Aconteceu eu publicar algo sobre o qual não sabia quem é que desenhou essa peça, nem quem a produziu, e houve alguém que deixou um comentário a dizer: ‘isso foi oferecido com o leite Pensal porque eu tenho aqui um folheto que comprova isso...’”*. É neste sentido que, assume, *“a ideia é juntar a informação toda naquele momento e depois, se aparecer mais, ir acrescentando. Entretanto encontrei a peça italiana que lhe deu origem. Acontece sempre... mais tarde ou mais cedo. Até aquelas peças que achávamos geniais, acabamos por perceber que houve sempre alguém antes que fez primeiro”*.

Este acesso à informação constitui-se assim, no seu entender, um dos principais problemas no âmbito do seu trabalho acrescentando ainda o facto que me muita da interação que desenvolve, e que precisava de desenvolver mais, é com pessoas de idade avançada e essas *“não usam tanto as novas tecnologias e, portanto, dificilmente consigo chegar a elas assim”*.

No que respeita às publicações que vai disponibilizando, Rita Gomes Ferrão responde-nos *“eu não faço uma planificação sobre o que é publicado, esse é um dos meus defeitos/erros. Pelo que percebo, em conversa com outros bloggers, eles têm uma planificação. Fazem uma planificação a um mês ou a dois, ou mais, e já sabem que no dia X vão publicar determinada coisa..., mas eu não sei. Como disse, comecei o blog como uma coisa lateral que ‘ia fazendo’ e neste momento, como tenho muitos outros trabalhos, vou sempre adiando. Tenho uma série de posts que estão quase acabados, mas ainda não estão, e eu sei que estão acabados quando consigo colocar naquela publicação toda a informação que eu disponho, naquele determinado momento, sobre determinado assunto (mas não quer dizer que na semana a seguir não tenha mais...)”*. Confessando ainda que faz alguma gestão da informação, não explorando certos assuntos ou não dando toda a informação que tem, pois, como nos diz *“interessa-me gerir a informação que está relacionada com a tese”*, a autora reconhece que *“a vantagem do blog é que posso sempre ir atrás e rever a informação (ao contrário de um livro) e eu já fiz várias correções (uma data que está errada, uma autoria mal atribuída, etc.). Já me aconteceu ter, durante um tempo, informação errada que me tinha sido dada por uma fonte credível (um designer que tinha trabalhado na SecIa) e eu retirei-a. É um work in progress”*.

É este *work in progress* que, em grande parte, tem permitido uma visibilidade assinalável da sua pesquisa e, como referido anteriormente, servido como ponto de partida para diversos outros trabalhos de investigação. Rita Gomes Ferrão, a esse propósito, afirma-nos *"neste momento estou a trabalhar com uma galeria e estamos a desenvolver vários trabalhos de investigação que se vão combinar com exposições anuais. Já fizemos a primeira, sobre a Hansi Stael — uma ceramista que trabalhou diretamente na Secla —, e esta exposição acabou por nos levar a outra, que foi encomendada pela Câmara das Caldas da Rainha, que, em princípio será muito maior e acontecerá no fim do próximo ano acompanhada de uma publicação mais substancial"*.

O envolvimento dos públicos, tal como já acontece através do *blog*, é algo que a autora está a tentar explorar nesta exposição, pois, como nos revela *"uma das coisas que estamos a tentar fazer na exposição das Caldas é que as pessoas participem de alguma forma. Quase toda a gente tem pessoas na família que trabalharam na Secla. Estamos a tentar envolver as pessoas pois a Câmara queixa-se que estas não visitam muito as exposições e uma das maneiras de contornar o problema era criar essa relação com as pessoas. Se quiserem meter peças que possam ser expostas é meio caminho andado para se interessarem, envolverem e ir visitar"*. Este é um exemplo claro de como esta experiência se tem revelado fundamental no seu percurso, confessando-nos mesmo *"tudo isso vem do blog. São projetos que não tinham acontecido se eu não tivesse começado a fazer o blog"*.

Hoje, Rita Gomes Ferrão revela-nos aventurar-se por novas ferramentas das *social technologies*, associando uma página de *Facebook* e uma de *Pinterest* ao *blog*. Entendendo-as sempre como complementares ao projeto principal, reconhece nestas plataformas algumas características específicas que se têm tornado em mais valias importantes e por onde tem chegado alguma informação importante. É nesse sentido que, por exemplo em relação ao *Facebook*, nos refere: *"É muito mais fácil comunicar do que o blog e acaba por resultar bem porque há muita informação que chega por aí. (...) O Facebook funciona como uma peneira onde cai muita informação, mas consegue-se sempre usar 3 ou 4 coisas importantes. É uma forma um bocado estranha de trabalhar, para quem está habituada a um percurso académico, mas como é que se consegue chegar a esta informação de outra forma? Por exemplo, tive um caso em que toda a gente 'academicamente' estava a atribuir uma datação a uma marca (anos 20 / 30), com um desenho completamente art deco, etc. Chegamos à conclusão que aquilo era de uma fábrica do Algarve dos anos 80. E chegámos lá pelo Facebook, porque houve uma pessoa do Algarve que viu aquilo e disse: isto é da fábrica tal... Lá está,*

o Facebook pode ajudar é nestas coisas. De repente publica-se uma peça e há um comentário: o meu avô é que fazia isto".

Sendo esta uma realidade recente, a autora considera que ainda está numa fase de integração equilibrada destas ferramentas nos seus processos de investigação. Tal como nos indica *"como o Facebook é mais direto, acabo neste momento por interagir mais com o Facebook do que o blog. O blog é para manter, só que neste momento o ritmo de publicações é muito baixo..., mas vou continuar a publicar, isso não há dúvida. Mas como, neste momento, estou a trabalhar noutras coisas, o blog, pelo tipo de publicações que eu faço, demora mais tempo. Se eu publicasse só peças e não escrevesse nada era relativamente simples, mas como não publico nada sem fazer investigação sobre o que publico, demoro muito tempo".*

Dando origem assim a conteúdos muito completos, embora de forma pouco regular, Rita Gomes Ferrão regista que a interação com os leitores fica muito aquém do desejável. Tal como nos diz *"o meu é um blog com poucos comentários. Por exemplo, há outros blogs, que eu considero amadores, que têm comentários que é uma coisa incrível, mas também, para aquilo que me interessa aqueles comentários não eram muito úteis. Eu já percebi, pelas estatísticas do blog e do Facebook, que a maioria são pessoas entre os 35 e 45 anos. Agora, os que deixam comentários são muito variados. Há de tudo um pouco, desde os 'gosto' ou 'também tenho isto' (que é o mais vulgar), até aquelas pessoas que de facto acrescentam informação, que dizem, por exemplo, 'esta peça não foi feita só nesta fábrica porque eu tenho uma igual com outro carimbo' e publicam uma foto. Pronto, ficamos a saber mais qualquer coisa e é nesse sentido que acaba por ser útil".*

A abordagem desta autora passa assim pela integração destes instrumentos no seu trabalho de investigação numa perspetiva que denomina das *"ferramentas intermédias"*, ou seja, nas suas palavras *"não são o resultado, mas fazem parte de um processo. Eu só confio num blog depois de saber quem são as pessoas que o fazem e quais as metodologias que utilizam e há muito poucos em que possamos ter a certeza que a informação é válida. A maior parte dos blogs publica coisas que eu posso usar para ir confirmar se é verdade, mas não confio plenamente no que leio".*

A questão da confiança na informação é, em seu entender, um problema central e multifacetado, relacionando-se com a veracidade da informação, mas também com a apropriação indevida e descontextualização de muitos dos conteúdos originais. Segundo Rita Gomes Ferrão, esta é uma realidade com a qual se cruza recorrentemente, pois, tal como nos diz *"já percebi que muitas pessoas se apropriam [dos conteúdos] mas apropriam indevidamente. Desde os vendedores que querem vender peças e põem uma descrição altamente elaborada, que foi copy/paste de um blog*

*qualquer, sem o referir. (...) Mas isso não é uma coisa que me preocupe muito". Referindo que, apesar de nunca ninguém pedir autorização para usar os seus conteúdos, entre a comunidade de **bloggers** com que se relaciona isso não acontece, até porque, como refere "nós fazemos muitas vezes publicações em que remetemos para outros blogs que têm a mesma peça e acabamos por nos articular mais ou menos. Entre bloggers é pacífico, até porque nos conhecemos pessoalmente, o que já aconteceu por causa dos blogs. Isso para mim foi muito surpreendente. Estava habituada àquele percurso académico tradicional e nunca esperei que o blog gerasse as oportunidades e contactos que gerou. Recebo constantemente pedidos de pessoas para nos encontramos para trocar peças, informação, materiais, catálogos, etc... Isso já me aconteceu N vezes".*

Em seu entender, é este trabalho sério de disseminação da informação, que identifica em muitas iniciativas, que valida este tipo de ferramentas e que contribuem profundamente para a área de investigação em que desenvolve o seu trabalho. É nesse sentido que procura, recorrentemente, dar uma maior visibilidade ao projeto e, assim, envolver um maior número de indivíduos neste processo. Tal como nos refere, por agora *"acaba por ser o Facebook a disseminar os conteúdos do blog, porque sempre que eu publico qualquer coisa anuncio no Facebook e foi por isso que fiz a página. Já tinha amigos com blogs, sobretudo sobre cinema, e disseram-me que funcionava muito bem articular as duas coisas. Eu já confirmei que isso é verdade. As visitas aumentam substancialmente no blog sempre que eu faço uma publicação no Facebook"*.

Embora, como nos refere inicialmente, o *blog* tenha sido a razão de academicamente se dedicar a esta temática e seja, hoje, alimentado por muita da informação que vai gerando no âmbito do seu doutoramento, Rita Gomes Ferrão considera que *"em relação ao futuro da informação, a forma como o blog está escrito é uma forma que tem a ver com divulgação e não é uma escrita académica. Mas muito daquele material integrará a tese de alguma forma. É uma espécie de grau raso de uma coisa que está a crescer e não vai assumir essa forma no blog. Essa é uma das questões difíceis de gerir neste momento que é perceber o que quero aprofundar no blog, até onde é que devo ir, porque se calhar não faz sentido publicar informação daquele tipo"*. Sendo a visibilidade e publicação do seu trabalho o seu objetivo principal, a autora não deixa de reconhecer que *"A minha principal intenção é investigar e publicar, se possível publicar em livro. Isto não quer dizer que publicar online não seja bom, até porque para mim tem muitas vantagens, principalmente o poder corrigir e atualizar, o que não é possível num livro, mas a ideia é ir conseguindo reunir parceladamente as coisas e ir fazendo publicações sobre elas em papel. O blog vai-se mantendo*

paralelamente a isso, mas não faço ideia de qual será a longevidade dele. Gostava muito de o tornar em qualquer coisa rentável... o que neste momento não é”.



RESTOS DE COLECÇÃO

JOSÉ AUGUSTO LEITE

V.5.6 - <http://restosdecolecao.blogspot.pt>

José Augusto Leite, natural de Lisboa, é o autor de um dos *blogs* mais ativos no domínio da divulgação da história social portuguesa. Denominado "Restos de Coleção" este projeto é fruto de um trabalho diário, em regime de horário a tempo inteiro, a que o autor assume "obrigar-se" sete horas por dia e cinco dias por semana. Resultando esta disponibilidade de uma conjuntura particular da sua vida, José Leite veio a descobrir progressivamente, no domínio das *social technologies*, uma realidade específica, propícia ao desenvolvimento de uma prática pessoal muito particular, de que hoje já não abdica.

Sendo algo que, assume, até há uns anos atrás estava completamente fora das suas prioridades, o autor faz-nos um pequeno enquadramento do seu percurso profissional e académico para contextualizar as várias, fortuitas e sequentes razões que originaram esta

conjuntura. Tal como nos explica *"Apesar de ter quase o curso de engenharia, desisti. O meu pai tinha uma empresa de materiais de construção e como eu não gostava muito de estudar, e andava lá para fazer um favor à minha mãe, que queria que eu fosse engenheiro, para desgosto dela disse-lhes: 'ando aqui a enganar-me a mim e a vocês e não vale a pena'. Então fui trabalhar com o meu pai e pouco depois tornei-me sócio da empresa. Entretanto o meu pai morreu, e depois a minha mãe, e quando a situação em Portugal se começou a agravar despachei a empresa e fui fazer a minha reforma. Fui para o Brasil, tenho lá familiares e estive lá quatro anos. Mas aquilo não tem nada a ver connosco. Aquilo é bom é para passear. Para viver é das coisas piores que vi na minha vida. (...) Estive em Minas Gerais, Belo Horizonte, que é a 3ª cidade do país, e, tirando São Paulo, o Brasil é um bairro de barracas em ponto grande — falta de cultura, etc. — e então vim-me embora. Fiz lá uns negócios e tenho lá um primo a administrar. (...) Tenho essa sociedade e vou lá uma vez por ano".*

É, contudo, ainda na situação de emigrante, que José Leite começa por dedicar mais tempo e atenção ao fenómeno da *internet*, essencialmente na busca de conteúdos históricos portugueses, motivado pelas saudades do seu país natal, que, entretanto, se haviam tornado uma constante. Segundo nos diz *"ainda eu estava no Brasil e, como passava muito tempo em casa, comecei a ter saudades de Portugal, e comecei a procurar coisas antigas na internet. Nunca gostei de história, era dos piores alunos de história, mas comecei a juntar fotos... fui juntando sem saber sequer o que era um blog. Sempre soube alguma coisa de software, mas nunca tinha ligado muito à internet. (...) Entretanto volto para Portugal e começo a dar mais atenção aos blogs, sem entender bem o que eram e como funcionavam".*

Este envolvimento com uma realidade que até então era, para si, desconhecida, torna-se assim uma constante que, a curto prazo, acabava por adensar o nível de interação pessoal com a comunidade a esta subjacente. José Leite recorda-nos, de forma resumida, como este processo se iniciou, identificando o seguinte episódio como fundamental no desencadear da sua atividade enquanto *blogger*: *"havia umas senhoras e uns senhores que tinham um blog daqueles com múltiplos autores, que se chama Rua dos Dias que Voam, que eu gostava. Eles punham fotos de publicidade antiga, e eu gosto muito de publicidade antiga, e um dia fizeram um post sobre o Cinema Aviz, em Lisboa, e eu mandei para lá uma foto boa que tinha em arquivo. Entretanto surgiu outra situação do género e eu voltei a enviar outras fotos. Entretanto eles perguntaram-me se eu queria colaborar com eles e eu disse: 'está bem, mas eu não percebo muito disso'.*

Eles deram-me a password e explicaram-me o que fazer e eu decidi tentar. E assim comecei a colaborar com eles”.

Esta primeira experiência torna-se marcante e fundamental para a definição do que seria a sua orientação enquanto autor e sobre a responsabilidade que assumiria sobre os conteúdos produzidos. A falta de uma identificação pessoal com este projeto coletivo, que agora integrava, acaba por determinar o seu afastamento, por iniciativa própria, pois, em seu entender *“aquilo era mais político que outra coisa (...) A maioria dos blogs que há aí tendem sempre para a política e eu não gosto disso. Sou uma pessoa moderada, não de extremos, e quem vai ao meu blog percebe isso. Tento ser neutro. Não faço comentários políticos absolutamente nenhuns, nem respondo, e as pessoas também têm sido muito corretas comigo. (...) Eu não dou opinião. A minha área não é essa, senão estou a agradar a uns e a desagradar a outros”.*

É a partir desta primeira experiência que José Leite assume a vontade de materializar num projeto seu o processo de pesquisa informal que vinha a desenvolver até aí. Assumindo não possuir muitos conhecimentos na área da informática, aponta a vontade e a disponibilidade de tempo como os fatores que lhe permitiram, *“por tentativa e erro”* dar início ao seu *blog* que é, em seu entender, um fruto dos tempos, pois, *“hoje em dia a internet é uma grande ajuda. O trabalho que eu faço não era possível aí há uns 5 anos atrás”.*

É neste novo contexto de autoria singular, e após o primeiro *feedback* positivo dos seus leitores, que José Leite encontra o modelo adequado para o desenvolvimento do seu trabalho que, de forma gradual, se vai aprofundando e estabilizando ao nível das metodologias por si empregues. Este é um processo que se começa a implementar desde muito cedo, pois, tal como nos refere *“após colocar umas primeiras fotos apareceu logo um senhor que tem um blog sobre as ruas de Lisboa. Um senhor muito simpático, um pouco mais velho que eu — deve ter 60 e poucos — que foi o meu primeiro seguidor e mantivemo-nos sempre em contacto trocando informações. Entretanto, também descobri a plataforma da Gulbenkian, no Flickr, onde eles disponibilizam imensas fotos. (...) Como eu andava há muito tempo a pesquisar e sabia que não havia blogs nenhuns sobre a história recente de Portugal, pus-me a pensar: ‘eu pego nisto, vou à procura da história e começo a fazer uns artigos tipo revista’. E aí é que começou o meu grande problema: e histórias antes do 25 de Abril? Parece que foi tudo apagado. Parece que as pessoas têm vergonha. Se pegar em blogs de antes do 25 de Abril não encontra praticamente nada”.*

O autor aponta assim que o reconhecimento desta ausência de informação, quase generalizada, acaba por ser determinante na sua

decisão, assumindo que *"para mim este tema surgiu porque não havia nada. Quando andei nessas buscas de fotos antigas vi que não havia história nenhuma associada. Algumas pessoas falavam, timidamente, dos tempos antes do 25 de abril, mas parece que com medo. E tirando o meu, há mais alguns blogs temáticos, mas continua a haver muito pouca coisa"*.

Uma das principais novidades presentes no trabalho deste autor é o recurso exclusivo a fontes digitais públicas como matéria prima do seu trabalho. Ainda no contexto da tomada de decisão da construção do *blog*, José Leite confessa o seu pensamento subjacente a essa resolução: *"eu pensei: apesar de não gostar de história, não gostar de ler, vou fazer o blog com as coisas que eu gosto. Com fotos, documentos, texto q.b. — para não chatear muito —, e fui à procura de onde ir buscar as histórias. Apesar de já ter muitas fontes reparei que, por exemplo, quando aparece uma fábrica não aparece mais nada... parece que a história foi apagada. Eu não saio de casa para nada, faço tudo pela internet"*.

É desta forma que o autor desenvolve uma prática de pesquisa espontânea e dispersa com que vai gerando os conteúdos que publica. Tal como nos diz *"eu abro o notepad e vou andando a rabiscar pela net. Vou transcrevendo bocadinhos de texto (isto não quer dizer que copie, mas história você não pode inventar) e depois vou acrescentando outros bocadinhos, tudo ao monte. Depois, como tenho um bom poder de síntese, vou fazer um apanhado daquilo tudo e componho o texto em função das fotos. Por norma já tenho 4 ou 5 imagens antes de fazer o texto e depois procuro mais para o ilustrar. Parece que vou puxando a corda e vem tudo atrás. Vou fazendo relações, sem me desviar do essencial, e descubro o máximo que consigo. Já aconteceu ter o texto e depois ir procurar as fotos e se não encontro algo que me satisfaça não faço. É preferível não fazer do que meter um texto enorme só com duas fotos ou o contrário. Posso não publicar informação sobre a história se não tiver imagens para a ilustrar, mas o meu blog não é de história, não é para pessoas que andam à procura de história nos moldes tradicionais"*.

Quando questionado sobre as limitações que a pesquisa exclusiva através da *internet* lhe impõe, o autor prefere identificar algumas das lacunas que encontra nos meios de publicação tradicionais e sublinhar como o acesso livre à informação, que hoje tem à sua disposição, lhe permite reconstruir muita da história do nosso país que não vê *"tratada nos livros"*. Assumindo uma postura crítica sobre algumas publicações editoriais de referência, José Leite refere que *"tenho poucos livros em casa. Tenho a coleção da Marina Tavares Dias, a Lisboa Desaparecida, que, como a internet na altura praticamente não existia, ela juntou uma série de fotos do Arquivo Municipal de Lisboa, pagou uma série de direitos de autor, e fez*

uns textos com uma série de erros, que eu já detetei, e ganhou uma pipa de massa. A partir do momento que comecei a comparar com o que eu conseguia fazer nunca mais comprei nenhum livro dela. Tenho ainda três livros do Joaquim Vieira, que eu pouco utilizo, e não tenho mais nada".

Revelando assim a importância dos processos de digitalização de arquivos e a consequente disponibilização gratuita dos conteúdos a que muitos repositórios foram sujeitos nos últimos anos, José Leite faz uso deste tipo de informação de forma paradigmática e exhaustiva, revelando-nos um método de trabalho assente nesta realidade como um processo que se veio cimentando ao longo do tempo e continua, permanentemente, em evolução. Tal como nos refere *"o meu método é o seguinte: eu fui apanhando fontes digitais online que me interessam e guardando-as — Biblioteca Nacional Online, principalmente para jornais antigos, Hemeroteca Digital, Fundação Mário Soares, que disponibiliza o Diário de Lisboa desde 1922 até aos anos 80, etc. E isto para quê? Não por causa das fotografias, até porque têm má imagem, mas é essencialmente para datas de inaugurações. Já a Câmara Municipal de Lisboa, o IGESPAR, a Fundação Calouste Gulbenkian são uma desgraça, cada um tem informação diferente, enquanto os jornais têm sempre essa informação exata, pois eles estiveram lá".*

No que diz respeito especificamente a imagens, o autor diz-nos ainda *"uma das minhas outras fontes é a coleção do José Pacheco Pereira que, sempre que preciso, recorro para imagens relacionadas com a política. O homem tem uma coleção impressionante e completamente disponível online",* e conclui referindo *"há muita coisa online, é preciso é ir descobrindo. Eu vou encontrando e guardando. Um dia aquilo acaba por me ser útil. Procuro que as fontes sejam sempre as mais fidedignas possíveis e oficiais. Apesar de que, quando vamos muito para trás, poucas coisas são fidedignas. Por exemplo, o IGESPAR por vezes faz umas resenhas históricas e publica no seu site. Uma vez uma pessoa, que não se identificou, diz-me que no IGESPAR estava uma determinada data que não coincidia com uma minha. Era uma inauguração e estava 3 anos desfasada — o que até podia ser uma gralha. Eu fui pesquisar e mandei-lhe o link exato do jornal onde estava a notícia dessa inauguração, creio que no Diário Ilustrado. O jornal não falha, porque eles foram à inauguração. Essa é a fonte mais fidedigna que há. É melhor que livro, porque eles fazem reportagem e não se vão enganar em 3 anos".*

Este método de trabalho tem transformado José Leite num tipo de investigador muito particular, especializado em pesquisa centrada nas *social technologies* e cujos resultados retornam, em exclusivo, para esta realidade. Neste contexto, o seu trabalho tem extravasado os limites da sua iniciativa individual, materializando-se em diversas colaborações que, ora

por sua iniciativa ora por solicitações externas, têm permitido uma dispersão ampla dos conteúdos por si gerados. Tal como nos refere, como exemplo, *"tenho colaborado com a Fundação Calouste Gulbenkian voluntariamente, embora eles também já me tenham pedido ajuda 2 ou 3 vezes. Eles têm duas plataformas: a do Flickr e uma, que está mais escondida, que é da Biblioteca de Arte, que tem cerca de 10 mil fotos do estúdio Mário Novais (algumas eles disponibilizam depois no Flickr). Eu vou lá buscar as imagens 'à frente' e faço um artigo no meu blog, e se, e quando, publicarem essas imagens no Flickr eu vou lá complementar com a minha informação. Faço isso até em tom de agradecimento. O diretor do projeto também já me agradeceu pessoalmente".*

Sendo um trabalho metódico, refletido e pormenorizado o autor refere *"não tenho segredo nenhum... o meu único segredo é tempo",* demonstrando, no entanto, ter a noção de que desenvolve um projeto em que está dependente de terceiros. Tal como nos refere: *"eu estou na mão de quem divulga os textos e fotos... quando eles pararem eu paro".* A forma consciente como aborda esta questão revela que o autor se mostra um acérrimo defensor do direito ao uso de conteúdos históricos públicos livres de direitos de autor, dado como exemplo o Arquivo Municipal de Lisboa que, como refere *"publicava todas as fotos com marca de água e há pouco tempo, tal como faz a Gulbenkian, tirou a marca de água e começou a publicar fotos com maiores dimensões, o que para mim foi ótimo. Mas também não tinham nada que ter a marca de água. Aquilo é nosso, foi pago por nós. E não sou só eu, há mais bloggers que se queixavam do mesmo, mas felizmente têm acabado com isso".*

Esta limitação de fontes de informação, embora se encontre num processo de transformação, é algo que considera não estar apenas restrito ao seu número de bases de dados disponíveis, mas também ao nível da variedade geográfica do país. Confessando que recorrentemente lhe perguntam porque não publica mais artigos sobre temas fora de Lisboa, José Leite afirma que a resposta é simples: *"porque é impossível! O Arquivo Municipal do Porto tem 300 fotos disponíveis em comparação com as 600 000 do Arquivo de Lisboa. O que faço fora de Lisboa é o que vou buscar à Gulbenkian, mas mesmo assim não dá para muito. Eu até gostava, mas não consigo".*

Embora considere que esta é uma conjuntura que limita o espectro da sua atuação a uma zona geográfica circunscrita à centralidade do nosso país, as publicações de José Leite revelam uma variedade de temas assinalável. Mais uma vez patenteando o imenso cuidado que dedica ao seu projeto, o autor diz-nos *"em tudo na vida sou muito metódico e quanto aos temas sigo um método de publicação. Por exemplo, agora tenho dois cinemas feitos e um teatro. E o que eu faço é que publico um tema por mês.*

Se tenho uma fábrica, indústria, comércio, saúde, etc. publico cada um destes por mês, para não cansar e para ter um fio condutor durante esse mês. Tenho depois uma secção, que é o "antigamente", que são 4 ou 5 fotos dispersas que não seguem qualquer lógica. São curiosidades antigas. (...) E obrigo-me a duas coisas: ter 60 ou 70 artigos feitos, pois publico todos os dias exceto ao sábado e à segunda-feira. Publico artigos grandes à sexta-feira, para dar também para o sábado, e publico uns pequenos à terça e quinta, à quarta um médio... e assim entretenho as pessoas".

Esta variedade de temas abordados constitui, no entender de José Leite, uma das suas maiores mais valias, pois, como nos diz *"eu nunca quis ser um blog temático. São chatos. As pessoas vão lá uma vez por mês e chega. O meu tem lá tudo. Se comparar não há mais nenhum como o meu na blogosfera portuguesa e tenho consciência que vai ser difícil aparecer algum, pois se aparecer vai ter a tendência para ser uma cópia do meu. Eu não deixo copiar o texto. Se o quiserem roubar tenham trabalho, mas não deixo fazer copy/paste. Já as fotos deixo, pois elas não são minhas e eu não tenho esse direito. Eu trato as fotos todas, dentro do que consigo fazer. Não sou nenhum expert, mas não têm manchas ou defeitos".*

É esta preocupação com a informação disponibilizada que se reflete igualmente na estrutura subjacente à plataforma. Assumindo que é um cuidado que procura também ter a esse nível, José Leite refere-nos *"eu optei pelo blog por ser a solução mais simples e versátil. Fiz toda a configuração do que precisava (menus, links, etc.). Como o que eu tenho ali é essencialmente uma base de dados decidi fazer índices. Tenho um índice alfabético, que é atualizado todos os dias, e um por temas (também alfabético). Depois fiz a barra de menus, porque eu vou atualizando e refazendo artigos e é importante mantê-los acessíveis. (...) procuro que seja 'agradável à vista'. O desenho em si está cuidado, as cores escolhidas, foi tudo eu que fiz. Melhor que aquilo já é difícil".* É assim, com uma noção muito franca das suas capacidades, que José Leite conclui *"o meu blog o que é. É muito simples. Eu ponho-me no lugar de uma pessoa que anda na internet à procura de qualquer coisa concreta, por exemplo, muitos investigadores académicos, e encontram logo ali uma data de tralha. Uns pedem e ainda agradecem. Outros desaparecem. Mas eu não levo a mal. Não lhes fica bem, mas pronto..."*.

Consciente da disseminação e visibilidade que o seu projeto vai assumindo, José Leite é um observador atento das dinâmicas dos fluxos de visitas que o *blog* apresenta. Tal como nos refere *"já tenho mais de 900 pessoas a seguirem-me diretamente no blog. Quando tiro férias, uma vez por ano, entre março e abril, e ainda este ano me esqueci de avisar, começam logo a surgir emails a perguntar se eu estou doente. Há pessoas*

que estão reformadas e seguem o blog todos os dias. E sabe quando tenho mais visitas? Nos dias de trabalho. Mas é uma diferença enorme. Ao sábado tenho 700 ou 800 visitas e durante a semana 1500. (...) O meu leitor tipo são pessoas de uma certa idade. Tenho alguns fiéis, sagrados, que vão lá todos os dias. Pelos contadores percebo que tenho 400 a 500 por dia que são sempre os mesmos. Depois vêm os novos que são cerca de 300, 400 por dia. Também tenho a informação que em muitas bibliotecas de escolas têm o meu link como uma fonte de informação e percebo que quando há aulas há muito mais visitas no blog".

Embora estes sejam números muito expressivos para a nossa realidade, verifica-se também neste caso que esta é uma interação praticamente de sentido único, não se concretizando na implementação generalizada de práticas de colaboração na criação ou ampliação dos conteúdos. Citando um exemplo concreto, que serve de "exceção à regra", o autor confia-nos: *"uma coisa que lamento é que não há interação nenhuma das pessoas que sabem. Já me apareceram alguns a oferecerem-se para me ajudarem e alguns até me corrigem, o que eu agradeço, pois gosto de ser o mais correto possível. No que diz respeito aos automóveis, eu tenho tido a ajuda de um senhor que, quando eu colocava alguma coisa sobre garagens antigas ele enviava-me logo 'modelo do carro', 'ano', etc. (...) como não sei muito de automóveis, quando publico uma foto fico logo à espera da informação dele para completar o texto. E no dia seguinte já lá está o texto. Mas acontece muito pouco mesmo".* Afirmando "eu já sei que ninguém ajuda ninguém", José Leite confessa-nos ainda que, apesar da situação referida, *"eu não faço nada com a esperança que alguém vá contribuir para o que eu faço. [porque] às vezes até é mau. Por exemplo, por vezes enviam-me fotos que têm lá em casa e eu vejo-me na obrigação de fazer qualquer coisa... que às vezes nem quero fazer".* Sendo que esta é uma questão fulcral no seu trabalho, o autor faz questão de manter uma autonomia completa sobre os conteúdos que produz. Para si, o esforço que desenvolve tem apenas como retorno uma satisfação pessoal significativa que não admite sacrificar em função do interesse de terceiros.

José Leite atua assim num espaço por si auto-delimitado e que recorrentemente vai tentando ampliar, o que, naturalmente, tem resultado em esporádicos episódios de tensão com outros agentes que atuam no mesmo campo de investigação. Referindo-nos uma dessas situações, o autor revela compreender que este é um trabalho que encontra resistências nos modelos tradicionais de produção de conhecimento, sendo que essa é uma discussão que, para si, nem se coloca. Não tendo como objetivo assumir-se como um interveniente nesse espaço consolidado, José Leite assegura que esta é uma relação que deve ser entendida, parte a parte,

como dinâmicas distintas onde ambos podem "sair a ganhar".

Reconhecendo que é difícil que tal venha a acontecer, o autor ilustra-nos o seu raciocínio com um exemplo concreto: *"uma vez (...) a Filarmónica Almadense pediu-me se eu não queria fazer um artigo sobre eles. E eu não tinha nada, nem nunca tinha ouvido falar deles. Então, disse-lhes que me tinham de dar qualquer coisa para eu começar (datas e isso...) e ela lá me arranhou um blog que tinha a história, o essencial, mas era muito pouca coisa. Entretanto, nas minhas fontes, arranjei mais algumas coisas e disse-lhes que ia fazer. Como era sobre filarmónicas encontrei um trabalho de mestrado, que estava público, e tirei 3 linhas. Fiz copy/paste, e inseri dentro de um texto que escrevi, portanto, nem era uma coisa descontextualizada. Quando são coisas baseadas eu meto lá a bibliografia, mas aquilo eram mesmo só três linhas, nem lhe dei importância e, na verdade, nem me lembrei de o fazer.*

Passado umas semanas recebo uma mensagem a dizer que tinha deturpado um trabalho que esse senhor tinha feito e que ele já tinha ido falar com um Doutor e se não pusesse a informação de onde tinha ido buscar a informação iam-me processar imediatamente. Eu comecei-me a rir.... mas isto mexe comigo. Percebi que ele queria era publicidade. Mas pronto, respondi-lhe e disse-lhe: 'diga-me lá o que é que eu preciso de escrever'. Mas a descrição que ele queria que eu colocasse era muito maior que o texto que eu tinha tirado. Então pronto... tirei as três linhas. Depois veio-me dizer que não tinha sido preciso eu ter tirado a informação, que só me estava a assustar e que não me ia colocar em tribunal. Nem lhe respondi mais..."

Sendo esta uma situação que se resolveria, como nos diz, com "bom senso", José Leite demonstra igualmente reconhecer que a questão da apropriação indevida de conteúdos é um problema primordial sobre o qual também já se sentiu visado. Como nos conta *"em 2011 uma pessoa foi diretamente ao código da minha página, copia tudo e, só num mês, despeja 29 artigos meus num blog dele. E nem leu. Chegou ao requinte de num artigo, que era sobre a pesca do bacalhau, onde o meu pai, quando era novo tinha andado, eu ter lá a foto do meu pai, a dizer que era o meu pai e tudo, e ele nem viu isso. Outra vez foi uma associação de bombeiros que também começou a despejar os meus posts e aí disse-lhes (até porque era uma coisa minimamente oficial que envolvia o nome de uma associação): 'se precisarem de alguma coisa peçam, (...) não vos fica bem estarem a fazer cópias, ainda por cima mal feitas'. O bombeiro passou-se a dizer que aquilo não era nada meu. Eu só lhe disse: 'não vou perder mais tempo com isto e nem lhes vou responder mais, fica à vossa consideração'. Depois ele lá foi tirar as coisas que tinham referências a mim..., mas nem perco muito tempo com isso".*

Para além destas situações, que se revelam muito pontuais, José Leite assume que a relação com os leitores se tem demonstrado, no geral, muito pouco proficiente, caracterizando-se quase em exclusivo por regulares comentários que, no entender do autor *"são sempre o mesmo: 'gostei muito', 'já estive nesse hotel', etc. Existe este comentário tipo que não acrescenta nada. Esses [os que acrescentam] são muito raros"*.

Questionado sobre a adoção de novas tecnologias de comunicação que pudessem, eventualmente, aumentar a interação entre o seu projeto e os leitores, José Leite é perentório: *"Eu detesto o Facebook, detesto! Eu tenho um perfil pessoal, que não uso, mas, entretanto, havia muita gente que me perguntava porque não punha as coisas no Facebook. E tanto me chatearam que quando eu mudei o template do blog, decidi colocar a página no facebook. Não tem sido um sucesso retumbante, mas muita gente vem por ali. Tenho 300 a 400 visitas de lá. E eu não faço lá nada, só meto lá o link dos posts do blog"*.

Ainda que o seu esforço de divulgação do projeto não implique mais do que esta presença na rede social *Facebook*, a sua visibilidade tem crescido de forma sustentada ao longo do tempo, revelando, como citado anteriormente, índices relativamente elevados e consolidados de visitas diárias ao *blog*. A notoriedade que vem assim adquirindo tem trazido consigo algumas oportunidades de ampliar essa visibilidade, que, contudo, José Leite tem recusado, principalmente por não as considerar relevantes ao nível pessoal e, consequentemente, pouco significativas para o projeto. Tal como nos diz: *"já tive convites dos três canais de televisão e recusei-os todos. Primeiro porque não gosto de mediatismos e depois pela forma como foi feito. O primeiro, da TVI, era um daqueles da manhã do João Baião e percebi que a produção só queria lá ter alguém para preencher o tempo, nem queriam falar do blog. Perguntou-me se eu tinha coisas para levar e eu respondi que não tinha nenhum armazém de material histórico. Quando perguntei como funcionava eles disseram-me que tinha de lá estar das oito da manhã até à uma da tarde, a entrevista era 4 a 5 minutos e logo viam quando. Eu respondi que o meu tempo era muito mais útil a fazer o que eu faço do que a ir ao programa responder a perguntas. Depois veio a SIC e aí só fiz uma pergunta: 'quanto é que eu vou ganhar?' — os apresentadores que lá têm são das pessoas mais bem pagas do país e queriam que eu fosse lá encher programa? — Eles respondem-me que eu ganhava projeção e eu disse que não queria ser famoso e que não ganhava nada com o blog. Há pouco tempo apareceu a RTP, também com um programa da manhã, e a esses já nem respondi. Se fosse um programa cultural eu ia. Se fosse de debate ou de informação histórica, isso tudo bem"*.

Esta sua posição face a estes convites em concreto não significa que o autor não queira ver o seu trabalho mais disseminado e reconhecido, pelo contrário. Tal como nos diz *"gostava de ver o meu blog mais divulgado. Não por mim, mas porque é útil. (...). Gostava que fosse mais divulgado só por isso. Até porque dali não podemos fazer livros nem nada. (...). Engraçado era ter um pequeno programa na RTP memória ou assim, de 10 minutos, isso era o ideal. Mas nem era para ganhar dinheiro, era só para divulgar. (...). Eu fico contente se o meu trabalho for útil. Não quero estar a fazer uma coisa que não serve para nada"*.

Estamos, portanto, na presença de um trabalho que o autor procura desenvolver com a maior sinceridade, honestidade e altruísmo possível, o que, tal como assume, requer uma disponibilidade pessoal assinalável. Tal como refere *"há pessoas que pensam que eu sou velhinho, então têm muito respeito. Alguns pensam que eu passo os dias enfiado nas bibliotecas, mas não imaginam que passo o tempo aqui em casa. É preciso que haja pessoas como eu: com tempo, capacidades intelectuais mínimas e gosto. Eu gosto disto, adoro isto que faço.... estou ali o dia todo. Só paro para almoçar e à tarde para vir beber uma cerveja. Levo uma vida de profissional autêntico. É uma coisa que me obriga a mim mesmo. Sou o mais metódico que pode imaginar. É difícil encontrar mais alguém assim"*.

V.6 – Síntese das entrevistas

O conjunto de entrevistas realizadas, proporcionando uma interação direta com os intervenientes, possibilitou adensar o nível de profundidade de conhecimento sobre os projetos em causa, nomeadamente no que diz respeito à dimensão pessoal intrínseca aos seus autores, fundamental na identificação das características associadas às práticas que estes desenvolvem através das *social technologies*.

Embora, como referido anteriormente, estejamos apenas a analisar uma amostra de conveniência de uma realidade, já em si, muito específica, a disparidade de perfis dos quatro entrevistados é um indicador relevante de que este seria um conjunto satisfatoriamente representativo do seu universo mais alargado. A reflexão desenvolvida posteriormente, e que agora se apresenta, tornou clara algumas relações transversais coincidentes, que poderão ser entendidas como particularidades genéricas destes indivíduos, ao mesmo tempo que nos trouxe os dados relativos às suas dissemelhanças, que nos permitiram identificar as especificidades de cada um e as inferências que estas assumem nos seus projetos.

Representando uma faixa etária relativamente próxima, variando entre os 38 e os 56 anos, o grupo de entrevistados revelou existirem entre si, no que diz respeito à sua biografia, um conjunto de fatores de convergência admitindo-nos clarificar o seu contexto comum antecedente.

Maioritariamente originários dos centros urbanos mais desenvolvidos ou, pelo menos, influenciados por estas realidades mais dinâmicas, como acontece no caso específico de João Bragança, verificou-se que, em todas as situações, estávamos na presença de indivíduos com níveis de formação superior, ainda que em alguns casos esta não tenha sido concluída. Denotou-se assim a pré-existência de um contexto favorável ao desenvolvimento de aptidões específicas no que diz respeito à literacia dos *media* e às capacidades específicas de interpretação e criação de conteúdos.

Revelando-se igualmente comum a praticamente todos os autores encontramos o facto de, embora assumindo formas distintas, todos eles apontarem experiências alistadas em práticas de colecionismo ou de sistematização de conhecimento desarticulado desenvolvidas anteriormente. Este é um facto apontado por Jorge Silva, quando confessa ser colecionador compulsivo desde criança, por Rita Gomes Ferrão, que decide dar origem ao *blog* a partir da sua coleção de cerâmica modernista pré-existente, de José Leite, que encontra no seu ritual de pesquisa e recolha de imagens históricas a sustentação, pelo menos inicial, do seu projeto, e por João Bragança, que identifica na sua anterior atividade, de

editor de fanzines, as bases metodológicas que implementa no desenvolvimento do seu *blog*.

Encontrando-nos num domínio exclusivamente pessoal, onde o discurso, invariavelmente, se tendeu a focar na pertinência do projeto e na sua prática individual enquanto *bloggers*, tornou-se igualmente notória a elevada voluntariedade e determinação com que cada um dos autores desenvolve o seu projeto, mesmo que, maioritariamente, este se limite ao compromisso pessoal que assumem e raramente intentem outros propósitos que vão além da sua realização pessoal.

Incorporando dois autores que apresentavam uma relação direta e intensa entre o seu projeto e a sua atividade profissional, como eram o caso de Jorge Silva e Rita Gomes Ferrão, e, no sentido inverso, dois cuja profissão, presente ou passada, em nada se coadunava com a atividade que desenvolviam através das *social technologies*, como no caso de José Leite e João Bragança, estes dois grupos distintos, embora convergindo em muitos indicadores, são sintomáticos das duas diferentes abordagens que se identificaram através das entrevistas. Ou seja, se de um lado estávamos na presença de indivíduos que encontram nas suas plataformas um modo de comunicar com uma plateia alargada de forma puramente altruísta, por outro, identificamos uma série de práticas consertadas com a sua atividade profissional, admitindo mesmo recorrer a estas ferramentas com um objetivo concreto e pré-estabelecido. Isto é particularmente visível no caso de Jorge Silva, quando assume usar o *blog* como "*a antecâmara de um trabalho mais sério que seria o livro*" ou de Rita Gomes Ferrão, ao confessar igualmente servir-se desta ferramenta como um apoio importante ao trabalho de doutoramento em curso.

Independentemente da divergência dos propósitos com que cada autor aborda o seu projeto, torna-se claro, através da análise do seu discurso, que maioritariamente o foco principal da ação se encontra na afinidade direta que desenvolvem com cada publicação, individualmente, redundando os seus esforços em ensaios avulsos que apenas adquirem unidade através da temática global da plataforma em que se inserem. Embora nas duas situações distintas supracitadas nos encontremos perante conjunturas diferentes, o que se verificou foi que estas não se revelaram marcantes no que respeita à intensidade com que cada sujeito desenvolvia ações associadas ao projeto. Os projetos mais profícuos surgiam assim através da maior disponibilidade dos autores e da profusão de informação, como é o caso de José Leite e João Bragança, respetivamente, ambos originários de autores sem qualquer relação de carácter profissional com os conteúdos que disseminam.

Esta é, no entanto, uma particularidade que se mostrou determinante no que diz respeito à objetividade dos conteúdos, verificando-se que o nível de especialização dos autores se revelava fundamental na construção de conteúdos mais reflexivos gerando novo conhecimento sobre a informação tratada. Esta foi uma característica facilmente identificada no discurso de Rita Gomes Ferrão, que assume este como o seu principal objetivo, e igualmente constatada no trabalho de Jorge Silva, onde, como afirma, a sua experiência profissional é determinante neste processo, inclusive no tratamento digital de recuperação das imagens que publica. No mesmo contexto, no caso de João Bragança e José Leite encontramos uma preocupação explícita em se limitarem à divulgação de factos previamente publicados por terceiros, ainda que possam ter origem noutros *media*.

Embora a relação com a disciplina do design não seja intuitiva e explícita em todos os casos, podendo mesmo definir-se distintos níveis de afinidade, que iriam de uma relação próxima profissional — no caso de Jorge Silva —, próxima por via académica — no caso de Rita Gomes Ferrão —, conjectural — no caso de João Bragança — e genérica — no que diz respeito a José Leite —, a verdade é que todos os autores confirmaram manter o enfoque na importância da história da produção industrial como central nas suas preocupações. Revelando uma grande afinidade emocional com os temas, verificou-se que, genericamente, todos os autores reconheciam neste âmbito uma relevante valorização do património histórico português. Não obstante, nas duas situações onde se verificava um nível de especialização maior, esse discurso assumia um carácter igualmente crítico, sublinhando as boas práticas, apontando falhas e avançando deduções, e nos restantes casos essa afetividade focalizava-se na enumeração de artefactos ou episódios de relevância histórica.

Tratando-se assim de iniciativas altamente individualizadas, torna-se natural que se tenha observado que as realizações destes autores espelhassem muito da sua personalidade. Quer se trate do perfil profissional, crítico e bem humorado de Jorge Silva, o rigor científico mas aberto e acessível de Rita Gomes Ferrão, a abordagem metódica, objetiva e sintética de José Leite ou o discurso jovial mas focalizado, sustentado e estimulante de João Bragança, os conteúdos publicados revelaram sempre uma proximidade inteligível com quem lhes deu origem, demonstrando assim a total liberdade criativa que os autores assumem e o entendimento particular que cada um exerce a partir da mesma tipologia de plataforma.

A validação destes projetos pela comunidade aparentava assim acontecer a partir da identificação dos públicos com estes *blogs* e não no sentido inverso, ou seja, na construção de iniciativas que procurassem ir ao encontro do que seriam as, hipotéticas, preferências dos leitores. Ainda

assim, sendo, em última análise, este *feedback* social que sustenta e fundamenta o desenvolvimento contínuo destas práticas, e, embora se tenha verificado um quase total desapontamento com a comunidade afeta, todos os entrevistados revelaram manter um particular interesse no acompanhamento dos valores associados aos números de visitas e consequente visibilidade dos *blogs*.

Contudo, esta é uma relação que se constatou não ser totalmente pacífica, associando-se o referido desapontamento à ausência de um *feedback* "de qualidade" que se pudesse materializar no enriquecimento dos conteúdos e não apenas na recorrente saudação aos autores, genericamente caracterizada pelos "*parabéns pela iniciativa*". Como se observou, este é um dos seus principais lamentos, sublinhando o desaproveitamento das ferramentas de comunicação bidirecionais que estas plataformas oferecem.

Tal como Rita Gomes Ferrão e João Bragança confessaram, foram inclusivamente por si encetadas algumas práticas ativas de fomento à participação dos seus seguidores, procurando assim inclui-los no desenvolvimento dos conteúdos ou mesmo no desencadear de outros tópicos associados. Contudo, tal como nos afirmaram, esta é uma prática que, de todo, não se encontra enraizada no público português, verificando-se inclusive que é mais recorrente o plágio *ipsis verbis*, do que, tal como João Bragança nos referiu, a criação de correntes de dados sequentes que, ao não existirem, mantém a circulação da informação nos círculos mais restritos, não permitindo assim a envolvimento de mais indivíduos neste processo de disseminação e aprofundamento dos conteúdos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSÕES E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A natureza da investigação apresentada impôs a delimitação de um espaço teórico, social e cronológico concreto que conformou a pesquisa e os resultados aduzidos, procurando assim responder às questões estabelecidas inicialmente. Esta conjuntura manifesta-se no trabalho realizado, nomeadamente no que diz respeito à sua condição de representar uma realidade sempre provisória e em mutação, passível de outras interpretações, traduzíveis em novas hipóteses.

Neste capítulo apresentam-se as principais conclusões do estudo, procurando enquadrá-las no contexto das limitações identificadas e apontando os principais indicadores que emergem da investigação, concretamente na forma como se poderão instituir como contributos válidos para o desenvolvimento científico e social da disciplina da história do design, assim como indicar outros caminhos que poderão dar continuidade ao trabalho agora encetado.

VI.1 - Da memória e participação social

O enquadramento teórico da investigação pressupunha a hipotética intersecção entre o campo de estudos da memória social, as emergentes tecnologias de comunicação e a disciplina da história do design. A revisão da literatura mostrou-nos, claramente, que hoje existem diversos pontos de contacto entre estes distintos domínios e que a sua correlação nos apresenta uma conjuntura favorável ao surgimento de uma maior participação social nos processos de patrimonialização do nosso legado comum e, consequentemente, de uma herança cultural socialmente mais significativa.

Assistimos a mudanças profundas na própria disciplina da história, direccionando-a no sentido que Raphael Samuel propunha em 1994, como uma "forma social do conhecimento":

"the work, in any given instance, of a thousand different hands. (and) If this is true, the point of address in any discussion of historiography should not be the work of the individual scholar, nor yet rival schools of interpretation, but rather the ensemble of activities and practices in which ideas of history are embedded or a dialectic of past-present relations in rehearsed" (Samuel, 2012, p. 8).

Como procurámos demonstrar⁹³, o trabalho de Samuel é apenas um dos resultados mais visíveis da evolução que se verificou no campo dos estudos da memória, caracterizada pela gradual introdução das “verdades históricas” pessoais e das experiências individuais do passado no seu âmbito, em prejuízo das políticas de construção de memórias artificiais — por norma, politicamente impostas —, que tradicionalmente encontrávamos na sua matriz. Estes processos, não se iniciando com a realidade imposta pelos novos desafios associados à computação — pois já se encontravam presentes desde a segunda metade do séc. XX no debate alargado sobre a memória de base social —, surgem agora transversalmente defendidos como ativos fundamentais no desenvolvimento de futuros socialmente coesos e sustentáveis para as sociedades que os geram.

Hoje, o reconhecimento oficial das práticas associadas à valorização do património imaterial é já uma realidade institucionalmente reconhecida e assumida como pilar fundamental na construção, aberta e democrática, dos mecanismos identitários das sociedades modernas. A Convenção de Faro, por exemplo, procura incluir estes processos nos “discursos oficiais” da história, valorizando-os e estimulando-os através da promoção de projetos que impulsionem uma maior proximidade entre cidadãos e os organismos legalmente reconhecidos como agentes de construção de memória.

Ainda que, inicialmente, a introdução destes novos modelos de patrimonialização, baseados na participação social autónoma e descomprometida, tenham surgido informalmente, estes transferem agora para os cidadãos parte da responsabilidade da produção das suas memórias coletivas e, conseqüentemente, da sua história. Neste contexto, tornam-se facilmente reconhecíveis as transformações que a massiva ligação em rede e a exposição pública — promovida pelas novas tecnologias — introduziram no fomento e democratização dos esforços de patrimonialização *bottom-up* que, em grande medida, são agora os principais agentes na construção participada destes fenómenos.

Tal como observámos no capítulo IV deste trabalho, esta é atualmente uma realidade instalada e ativa, que introduziu grandes alterações na forma como comunicamos entre nós e, conseqüentemente, como exercemos a cidadania. Sendo este um contexto que, tal como defende Clay Shirky, demonstra uma enorme capacidade para coletivamente gerar quantidades colossais de conhecimento (2010a), será igualmente expectável que tal reverta para os processos de patrimonialização baseados nestes meios.

⁹³ Ver capítulo três.

Esta inclusão dos cidadãos nestas atividades traz assim novos desafios, quer ao nível global — como seja a quantidade de dados gerados e a qualidade dos mesmos —, quer pessoal, como por exemplo, no que diz respeito ao seu envolvimento e colaboração, fundamentais para o sucesso destas iniciativas.

Encontramo-nos perante uma realidade onde a informação é gerada e distribuída de forma profusa, livre e instantânea, e que assume abertamente uma maior ou menor mediação entre produtores e consumidores. Esta conjuntura, onde os conteúdos são produzidos mais rapidamente, em maior quantidade, mais variados entre si, introduz ainda a novidade de facilitar a co-criação de conteúdos, permitindo a vários autores contribuírem para um mesmo artigo em simultâneo. Neste sentido, estamos perante uma realidade onde o conceito de autoria se transforma, encontrando assim nestas tecnologias a capacidade de revolucionar muitos dos modelos económicos de criação e distribuição de conteúdos, bem como de interferir na própria natureza dos conteúdos que, neste contexto, se apresentam como informação permanentemente actualizada e não como produtos acabados, tal como tradicionalmente vinha a acontecer.

É neste contexto que o surgimento desta cultura participativa tem imposto novos desafios na definição do que são as fronteiras entre produtores e consumidores de conteúdos e serviços, promovendo o surgimento de novos intervenientes que assumem ambos os papéis de forma muito competente, e que, nesse sentido, nos obrigam a reequacionar a posição extremamente bipolarizada em que amadores e profissionais se têm, tradicionalmente, colocado.

Da mesma forma, os públicos que até agora, maioritariamente, mantinham com o património cultural uma posição de “meros consumidores” dos discursos oficiais veiculados por instituições oficialmente reconhecidas, numa lógica hierárquica vertical, desfrutam agora a possibilidade de se envolverem verdadeiramente nos processos de geração de conhecimento que estão na sua origem.

Estamos, portanto, num novo cenário onde as *social technologies* adotam um papel fulcral no assumir do que socialmente transita do individual para o coletivo, ou seja, no desenvolvimento dos nossos processos de construção de memória e, assim, no que é assumido como a sua herança cultural futura.

VI.2 – Da disciplina da história do design

Como observámos durante o capítulo dois, as mais evoluídas concepções da disciplina da história do design procuram trazer o tema da mediação, entre objetos e indivíduos, para o seio do seu território de investigação.

Podemos afirmar que tendencialmente o debate se tem vindo a afastar da abordagem tradicional, onde a história do design era entendida como uma simples herdeira da história da arte, para integrar visões mais alargadas sobre o fenómeno do design, que passam pelos contextos sociais em que este se desenvolve, os canais de comunicação que utiliza como veículos de informação ou o papel dos consumidores nos processos de desenvolvimento projectual. Este contexto tem igualmente promovido a aproximação a outras disciplinas, como é o caso dos estudos da cultura material, onde a relação entre o homem e os objectos há muito é trabalhada, embora tradicionalmente esta se cinja, quase exclusivamente, à temática do consumo, negligenciando a sua relação com a produção.

Tal como defende Grace Lees-Maffei, começa-se assim a definir um espaço óbvio para a intervenção do ponto de vista dos investigadores em design, nomeadamente no que diz respeito ao estudo do papel do design como “construtor” de artefactos carregados de significados sociais, que vão muito além dos seus aspetos funcionais ou estéticos (Lees-Maffei, 2009, p. 17).

É desta forma que a análise das concepções identitárias, que se projetam a partir dos artefactos, e que vão muito além das inicialmente projetadas pelos designers, encontra na especificidade deste ramo da história um espaço singular para a descodificação destes processos. Para tal, tem sido necessário entender estas questões num quadro de referências mais alargado, onde se incluem, simultaneamente, os sistemas de produção e de consumo de bens, pois estes devem ser entendidos como interdependentes e, como tal, não devem ser abordados separadamente. Assumindo, portanto, que é no território do design que a simbologia dos artefactos tem a sua génese, é também na clarificação das tensões entre estas duas esferas — produção e consumo — que se encontra uma evidente oportunidade de investigação que, em última análise, reverterá para a própria epistemologia do design.

É nesta circunstância que os artefactos assumem o valor de instrumentos mediadores culturais, quer seja entre produtor e consumidor, quer seja nas relações entre indivíduos (Lees-Maffei, 2009, p. 20). Significa isto que a inclusão dos públicos no centro do objeto de estudo da história do design se torna fundamental, pois, claramente, estes não são apenas apáticos e pacíficos consumidores, mas agentes que assumem um papel fundamental no próprio processo de conceção dos artefactos. A

investigação deste fenómeno, quer seja numa perspetiva histórica ou enquanto processo contemporâneo de patrimonialização, encontra hoje nas *social technologies* uma realidade que se poderá constituir como importante aliado na tarefa do estudo das dimensões afetas às interpretações sociais que os objetos promovem.

Se a investigação em história do design desenvolver um trabalho de maior proximidade com os públicos para quem se desenha, poderemos assumir que os seus resultados serão ainda mais abrangentes e significantes. As inúmeras oportunidades que as novas ferramentas tecnológicas oferecem, promotoras da participação social fundamental para estes processos, deverão passar assim a ser entendidas como mecanismos de geração de conteúdos aos quais a construção do discurso histórico não deve fugir. Deve antes inclui-los nas suas análises e assumi-los também como fonte primária de conhecimento.

VI.3 – Da pesquisa de campo

A opção pelo desenvolvimento da investigação a partir dos princípios estruturados pela *constructivist grounded theory*, permitiu-nos ir avançando no trabalho de forma progressiva, partindo de uma realidade bastante extensa até à obtenção de uma amostra de referência, representativa desse universo, sobre a qual a última fase do trabalho dedicou especial atenção.

A reflexão pontual que fomos desenvolvendo em cada uma das etapas possibilitou-nos retirar conclusões intermédias que, sendo fundamentais na tomada de decisões sobre o rumo da investigação, nos permitiram igualmente apontar algumas indicações importantes sobre os diferentes conjuntos de dados que fomos trabalhando.

Foi nesse sentido que pudemos concluir que a realidade das *social technologies* em Portugal revela, ao nível da sua implementação técnica e da sua adoção por parte dos utilizadores, indicadores que se encontram em conformidade com os verificados nas sociedades mais evoluídas à escala global (Cardoso et al., 2014). Foi sem surpresa que detetámos a existência de uma comunidade extensa e variada no que diz respeito à utilização destas ferramentas de criação e publicação de conteúdos na *web*, e que, dentro desta, a produção de conteúdos referentes à cultura material de origem portuguesa é uma realidade.

Nesse contexto, a pesquisa que nos permitiu definir a sua população⁹⁴ revelou a presença de diferentes tipologias de plataformas emblemáticas da própria evolução tecnológica verificada neste domínio. Misturam-se tipologias disponíveis há já algum tempo e, portanto, que se encontram numa fase de maturação ou declínio — como é o caso dos blogs e dos fóruns, respetivamente — e outras, que se encontram entre as mais recentes soluções e que demonstram ainda potencial para se desenvolverem, como é o caso das páginas de *Facebook*, *Flickr*, *Google+* ou *Pinterest*.

Verificou-se também que este é um espaço povoado por autores que maioritariamente continua a preferir identificar-se sob a forma de pseudónimo, e que, assim, mantêm alguma reserva sobre a exposição pública da sua identidade. Esta é uma questão ainda caracterizada pela “individualidade da autoria” pois confirmou-se que massivamente estes projetos eram fruto do trabalho de um único autor, sendo muito escassos os casos onde se verificou uma autoria partilhada.

Outro indicador que pudemos retirar desta primeira fase de tratamento de dados diz respeito à tipologia dos artefactos apresentados por estes autores. Expondo uma surpreendente maioria de projetos dedicados ao design de veículos, e revelando estes casos uma especificidade temática muito concreta, permitiram concluir que encontrámos neste indicador um primeiro forte indício de que a afinidade pessoal que os indivíduos desenvolvem com os artefactos será um fator determinante na decisão de encetar um projecto desta natureza. Neste caso concreto, acreditamos que a valorização simbólica que grande parte da população mantém relativamente aos veículos motorizados, se encontra entre os principais fatores que estão na base deste resultado.

Os passos seguintes, que encaminharam o estudo no sentido de aumentar o nível de confiança da informação a tratar⁹⁵, procuraram isolar deste universo os casos em que os conteúdos apresentassem maiores índices de credibilidade da informação publicada. A aplicação do conjunto de variáveis definidas neste âmbito acabaria igualmente por condicionar a amostra no que diz respeito à tipologia de plataformas presentes, reduzindo-a para um conjunto de sessenta casos onde os *blogs* predominavam com cinquenta e cinco representantes.

Este é um indicador claro de que é através desta tipologia que surgem os conteúdos mais relevantes, nomeadamente no que diz respeito à qualidade, longevidade e reconhecimento da informação publicada. Sendo, obviamente, um resultado fortemente condicionado pela conjuntura em

⁹⁴ Ver ponto 5.2.1 - Delimitação do universo de estudo - Gathering Rich Data (C.G.T.)

⁹⁵ Ver ponto 5.2.1.1 - A questão da confiança na definição do universo de estudo

que o estudo se desenvolveu — até porque esta é uma das ferramentas das *social technologies* que existe há mais tempo e que se encontra num estado de maturação mais elevado — não deixa de ser relevante observarmos como os casos provenientes desta tipologia apresentavam, neste momento da investigação, uma robusta solidez no que diz respeito às práticas de publicação de conteúdos de base social.

As fases subsequentes da pesquisa, embora trabalhando sobre amostras mais reduzidas, trouxeram o aprofundamento do conhecimento específico sobre esta realidade, confirmando-nos que a tipologia de *blog* era a predominante e que, em muitos casos, surgia já com outras ferramentas associadas, transformando assim estes projectos em estruturas de divulgação e partilha de informação complexas que, contudo, mantinham o *blog* como a sua face mais visível.

Apresentando valores extremamente elevados no que diz respeito à sua longevidade e uma cadência de publicação que, embora com resultados mais dispersos, apontava para números relativamente altos, este conjunto de dados permitiu-nos concluir que, maioritariamente, estas iniciativas são o resultado de um esforço empenhado de autores que, de formar regular, têm desde há muito, mantido uma atividade constante, apontando assim claramente para uma tendência de especialização sobre os determinados temas a que se dedicam. Este é, contudo, um esforço que aparentemente não se vê reconhecido pelos públicos pois, na maioria dos casos, estamos na presença de projetos em que o número de visitas se situam em valores relativamente modestos e em que, principalmente ao nível da comunicação bidirecional, a interação é praticamente nula. Este indício, facilmente observável através do número extremamente baixo de comentários que transversalmente as publicações apresentam, permite concluir que, neste contexto, a co-criação de conhecimento que poderia ocorrer directamente através deste recurso é igualmente escassa.

O questionário endereçado a estes autores permitiu-nos constatar que estamos na presença de indivíduos de faixas etárias médias/altas e que o nível de escolaridade se situa em patamares elevados. Reconhecendo-se aqui uma clara relação entre este último fator e a maior propensão para o uso das *social technologies* por estes indivíduos, será igualmente dedutível que este elevado nível de habilitações literárias se traduza em conteúdos mais relevantes.

Outro aspeto revelado pelo inquérito prende-se com a especialização dos autores, em relação à temática do design. Os resultados indicam que os dois blocos mais representativos se situam de forma equivalente nos extremos ("especialização alta" / "especialização baixa"), o que nos permitiu concluir ainda que, maioritariamente, não existe uma relação

direta entre os interesses profissionais dos autores e esta sua actividade. Verifica-se, no entanto, que a grande motivação inerente ao projeto surge da vontade pessoal de recolher, preservar e divulgar um património que, de outra forma, entendem estar em risco de se perder, e da satisfação pessoal associada ao “gosto”, “paixão” e “realização pessoal” que este trabalho lhes confere, enquadrando-se assim na categoria de *Pro-am’s* conforme definida por Charles Leadbeater (Leadbeater & Miller, 2004).

Focando a análise especificamente nos conteúdos publicados, conseguimos verificar como o recurso à imagem é um elemento fundamental para todos os autores, sendo que a fotografia, em concreto, é utilizada por todos de forma massiva, quer se tratem de recursos originais ou provenientes de terceiros. No que diz respeito ao texto, embora voltemos a encontrar uma representatividade bastante expressiva, detetaram-se igualmente alguns casos em que este era ausente, ou seja, existe claramente, neste panorama geral, o favorecimento dos conteúdos gráficos em detrimento dos escritos.

Esta é uma questão intimamente relacionada com as principais fontes de informação a que os autores recorrem para a construção dos conteúdos. Nesse sentido, a nossa pesquisa identificou a existência de uma maioria que continua a aplicar técnicas de investigação tradicionais, recorrendo essencialmente a fontes primárias, como os “jornais e revistas analógicas” ou “outras publicações analógicas”. No entanto, torna-se igualmente relevante sublinhar que, transversalmente, o recurso a fontes digitais é uma prática habitual, mostrando, assim, que os conteúdos resultam também das dinâmicas de partilha de informação disponibilizadas por estes meios.

Não foi possível confirmar que estas dinâmicas resultassem em conteúdos co-criados, já que não foram observadas práticas significativas no que diz respeito à partilha e adição de informação por terceiros. Recolheram-se, no entanto, indícios da circulação de informação entre plataformas, quer se tratem de repositórios institucionais de informação ou de outros recursos informais.

Foi ainda constatado que a maioria dos autores revela uma grande disponibilidade para a colaboração para a partilha dos seus conteúdos noutras plataformas e para a participação em projetos de co-criação de conteúdos.

O processo de codificação de dados a que os “discursos informais” foram submetidos viria a demonstrar, transversalmente, a riqueza de conteúdos que as *social technologies* geram em Portugal. Esta realidade, no entanto, não se apresentou de forma homogénea ao longo de todas as

plataformas estudadas. Assim, torna-se óbvio que as práticas de recolha de dados terão sempre de ser conduzidas por uma articulação de estratégias distintas e complementares, que as conformem à interpretação adequada de cada uma dessas realidades.

Relativamente aos casos estudados — e sendo manifesto o seu interesse para a história do design português, já que todos se remetem à realidade dos artefactos de origem portuguesa — foi patente a necessidade de adotar diferentes abordagens na sua análise.

Foi nesse sentido que propusemos o sistema de classificação descrito no ponto 5.2.6 deste documento, como uma hipótese para circunscrever as suas principais características. Este processo de ordenação, permitiu-nos assim organizar os conteúdos publicados, revertendo num modelo de categorização com doze classes, a partir de três vetores: desígnio (género), origem dos dados (espécie) e informação gerada (nome).

Foi da aplicação deste sistema de classificação que pudemos concluir que os casos que mais rápida e substancialmente poderiam contribuir para a disciplina da história do design — nomeadamente ao nível da qualidade das fontes usadas e dos conteúdos gerados — se encontravam situados nas classes: 1) *Congrego Peritus Monstratorem*; 2) *Congrego Dissemio Aedificator*; 3) *Congrego Peritus Aedificator* e; 4) *Congrego Peritus Artifex*.

No que diz respeito a estas quatro tipologias é importante salientar que nos casos 1 — *Congrego Peritus Monstratorem* — e 2 — *Congrego Dissemio Aedificator* — se enquadram, maioritariamente, as iniciativas onde a variação de fontes é grande e o tratamento dos dados apresenta já esforços de compilação, relação e de construção de conhecimento novo, enquadrando-se assim entre as categorias *Serious and Committed Amateurs* e *Quasi-Professionals* definidas por Charles Leadbeater (2004, p. 23).

Por outro lado, nos casos 3 — *Congrego Peritus Aedificator* — e 4 — *Congrego Peritus Artifex* — verifica-se já a presença de práticas de pesquisa análogas às dos historiadores do design em Portugal apresentando, portanto, conteúdos de grande valor para a disciplina.

Reconhecendo estas quatro classes como as mais pertinentes para um eventual acolhimento pela disciplina da história do design, não podemos, no entanto, deixar de sublinhar a relevância dos conteúdos que, de forma geral, são trabalhados por todas as outras tipologias. Essas restantes oito classes de plataformas estão mais longe de se configurarem como informação credível e, portanto, requisitarão sempre, *a posteriori*, um maior esforço por parte dos investigadores que as tencionem trabalhar.

A pertinência das quatro classes referidas acima justificou o aprofundamento da investigação sobre quatro projetos que nelas estavam

enquadrados. A partir de entrevistas realizadas aos seus autores, foi possível reunir informação essencial para a compreensão da dimensão pessoal intrínseca às práticas que estes desenvolvem através das *social technologies*.

Este processo permitiu prever estarmos na presença de indivíduos que demonstravam alguma apetência natural para as práticas de colecionismo, ou para a sistematização de conhecimento, encontrando nestes novos meios um canal privilegiado para expandir essas ações. Constatou-se ainda o grande voluntarismo e determinação com que encaram esta actividade, sendo que o fazem quase exclusivamente numa perspetiva particular, maioritariamente decorrente da sua vontade de "realização pessoal", embora, em alguns casos, estas ferramentas sejam já assumidamente entendidas como "bancos de ensaio" para outros projectos editoriais ou académicos.

Como seria expectável, concluiu-se que os projetos mais profícuos surgem através da maior disponibilidade dos seus autores e da quantidade de informação disponível. Sendo estas particularidades indexadas à objetividade dos conteúdos, verificou-se que existem situações de menor cadência de publicação onde o nível de especialização dos autores se revela fundamental na construção de conteúdos mais elaborados.

Os conteúdos demonstram, quer uma proximidade compreensível com quem lhes deu origem, quer a total liberdade criativa que os seus autores assumem, transformando estas plataformas digitais em "representações" da sua personalidade. É neste mesmo sentido que podemos concluir que o sucesso destas iniciativas passa também por uma identificação pessoal dos públicos com estes autores, que vai para além dos conteúdos publicados. Embora este *feedback* social seja, obviamente, parte importante do processo de desenvolvimento destas práticas — pois a visibilidade dos *blogs* é um aspeto valorizado pelos seus autores — confirmaram-se, quer baixos níveis de participação, quer a ausência de um *feedback* "de qualidade" contributivo para o enriquecimento dos conteúdos. Este défice de interação com os leitores causa nos autores alguma desilusão, sendo um dos seus principais lamentos, quando reconhecem o desaproveitamento das ferramentas de comunicação bidirecionais que estas plataformas oferecem.

VI.4 – Das hipóteses

O presente trabalho de investigação foi desenvolvido a partir das três hipóteses inicialmente apresentadas que orientaram e delimitaram o seu espaço de intervenção. Revisitá-las nesta fase de conclusão é assim inevitável como forma de tentar aferir o contributo deste estudo relativamente aos pressupostos inicialmente traçados.

- **Hipótese 1** – *Sendo o design a disciplina que se encontra na origem dos artefactos que configuram as nossas sociedades, as pessoas que os usam serão, por excelência, testemunhas privilegiadas do seu impacto e desempenho.*

A validação desta primeira hipótese surge-nos, como uma evidência, quer pela sua adoção estratégica das abordagens contemporâneas da história do design, descritas no capítulo II, quer através da observação dos resultados da análise de conteúdos provenientes das *social technologies*. A heterogeneidade de temáticas, tipologias de discurso e multiplicidade de recursos afetos, que se apresentou como uma dificuldade no processo de caracterização destes conteúdos é, simultaneamente, a representação fiel da profusão de visões inerentes a uma mesma matéria e à variedade de concepções simbólicas que cada indivíduo pode desenvolver em torno dos objetos.

É essa valorização simbólica que está na base das práticas desenvolvidas por estes indivíduos que, recorrendo a diferentes recursos e metodologias, reúnem em representações digitais um conjunto de informação relevante e diversificada sobre os artefactos por si eleitos. A observação mais atenta de casos como os *blogs* “Rodas de Viriato”, “Publisite” ou “Fábrica Alba” mostra-nos como o interesse específico sobre uma determinada temática se converte num repositório de informação pertinente, constituindo um “espólio informal” relevante, a partir do qual podem despontar novas leituras.

Esta conjuntura apresenta atualmente sinais ainda muito tímidos no que diz respeito à apropriação e adição de nova informação por terceiros. Contudo, concluímos igualmente que a “capacidade instalada”, principalmente ao nível técnico, apresenta-se favorável ao cada vez maior envolvimento dos leitores, e assim, à alteração deste *status quo*. Ainda que, tal como indicado por alguns dos entrevistados, provavelmente isso só venha a acontecer em maior escala a partir da interação com plataformas como o *Facebook*, onde, aparentemente, os leitores se sentem mais impelidos a colaborar, é desta variedade de tipologias de participação, e da complementaridade de dados que daí advém, que um discurso mais rico poderá emergir.

- **Hipótese 2** – *A visão dos públicos sobre os artefactos, plasmada nas redes sociais, constitui-se como um canal privilegiado para a recolha de informação pertinente na compreensão do fenómeno do design.*

A hipótese 2 foi validada em simultâneo com a hipótese anterior e pelos argumentos já aduzidos. Assim, converteu-se na definição pragmática dos instrumentos viabilizadores da sua apropriação pela investigação em história do design.

Estes instrumentos, que foram sendo sucessivamente afinados em função da sua aplicabilidade aos dados e da evidência pregnante dos resultados obtidos, encaminharam-nos no sentido de triagem dos dados e remeteram-nos para amostras representativas do seu universo, a partir das quais se deduziram indicadores estruturantes deste estudo (ver ponto 5.1.2).

Sendo um processo original no que diz respeito ao domínio em causa, este método demonstrou-se eficaz na identificação das plataformas que melhor representavam as principais variações tipológicas nos conteúdos, detetando as práticas mais coerentes, e que, consequentemente, apresentavam os mais elevados índices de confiança.

Estes métodos, como se provou com este trabalho, podem assim ter um impacto positivo na diversificação das fontes de informação disponíveis para a história do design e, portanto, para a compreensão do fenómeno do design.

Esta abordagem, não sendo uma solução genérica que enquadre, de forma equilibrada, todas as ferramentas disponibilizadas pelas *social technologies* — nomeadamente desconsiderando todas as práticas mais efémeras — abre espaço para a proposta de outros modelos de apropriação da informação gerada nestes contextos.

Outras perspetivas, menos focadas na qualidade dos conteúdos e mais centradas em análises quantitativas, poderão configurar-se como fundamentais para a constituição de leituras gerais. Quer se trate de informação de carácter histórico já estabilizada ou de práticas patrimonializantes quotidianas, que poderão reverter para o discurso histórico em construção, estas serão — intuitivamente — hipóteses de investigação a desenvolver em parceria com outros domínios como, por exemplo, o design de informação.

- **Hipótese 3** - *A variabilidade formal e semântica dos discursos da memória social distingue-os dos discursos da história, o que poderá justificar a sua aproximação participativa.*

A caracterização da população dos produtores de conteúdos nas *social technologies*, cujo foco se centra na produção de informação sobre artefactos de origem nacional, demonstrou-nos que não existe um discurso característico desta realidade. O sistema de classificação proposto⁹⁶ procurou enquadrar as diversas categorias de discursos identificados, partindo da especificidade da origem e desígnio das iniciativas, e, assim, esclarecer o seu nível de proximidade aos discursos “institucionais”.

A presença de casos, como os incluídos na categoria *Congrego Peritus Artifex*, indica-nos que a existência de discursos muito próximos das práticas académicas é uma realidade, e que, nesse sentido, o domínio dos discursos informais praticamente se toca com o dos discursos formais. No mesmo âmbito, encontramos depois um conjunto de categorias que, gradualmente, se vão afastando dos discursos dos historiadores do design — as categorias *Congrego Peritus Aedificator* e *Congrego Dissemino Aedificator* — mas que, mantendo alguns pontos de contato com essa realidade, constituem importantes repositórios de dados que, avulso ou “pré-estruturados” poderão fazer essa migração com alguma facilidade.

Por último, é nas categorias *Congrego Peritus Monstratorem* que se começam a identificar significantes dados provenientes de discursos “pessoais e/ou emocionais” que, nesse sentido, poderão reverter para leituras mais próximas da relação simbólica com os artefactos.

Conclui-se assim que esta é uma conjuntura que, ao apresentar diferentes níveis de especialização, se relaciona directamente com a proposta de Charles Leadbeater de classificação de *Pro-Am's* onde a diferença entre amador e profissional ocorre de forma contínua e não bipolarizada como acontecia anteriormente.

Como se referiu no ponto 5.4, encontramos nestas classes exemplos muito diferenciados no que diz respeito aos artefactos e autores citados em cada um dos domínios. Se, por um lado, encontramos casos de autêntica “mimetização” das práticas académicas, por parte de autores “amadores”, por outro, registamos a presença de autores quase profissionais que, embora não enfeudados em práticas estritamente académicas, apresentam informação relevante sobre a história do design português.

⁹⁶ Ver ponto 5.2.6

Por fim, podemos concluir que a integração destes contributos no discurso convencional da história do design português será inevitável pois a quantidade e qualidade dos conteúdos que emergem por esta via são hoje bastante significativos. A grande novidade surge do aumento exponencial dos dados a serem processados. O desafio que se coloca prende-se com questionamento da capacidade das estruturas tradicionais de construção da história para processarem esta informação. Como nos afirma Clay Shirky, este "mais" não é um problema: "*More is Different*" (Shirky, 2010a, p. 20).

VI.5 – Desenvolvimentos futuros

A investigação que agora se encerra demonstrou-nos como a realidade portuguesa das *social technologies* se configurou como um importante repositório de informação. Ainda que esta se apresente em variadas tipologias, nem sempre coincidentes, a relevância da diversidade deste espólio é já demonstrativa das várias oportunidades de trabalho que a partir dele podem despontar.

No decorrer deste estudo fomos identificando diversos apontadores de caminhos de investigação que, pelas delimitações metodológicas do trabalho, não pudemos trilhar convenientemente.

Desde logo surge-nos, com principal destaque, as questões resultantes da própria natureza do estudo que, trabalhando sobre uma realidade em constante e rápida mutação, se apresenta muito condicionado ao espaço cronológico em que decorreu. Esta constante evolução permitiu que durante os anos em que a pesquisa aconteceu, se assistissem a importantes transformações nesta realidade, nomeadamente através da massificação das tecnologias de informação “mais imediata”⁹⁷, que se caracterizam essencialmente pela rapidez da apropriação e publicação e, dessa forma, levantando novas questões relacionadas com a própria credibilidade da informação.

Neste estudo, a opção pela confiança associada aos dados trabalhados foi sempre um fator importante pelo que, inevitavelmente, a análise do domínio destas ferramentas não foi abrangido. Contudo, especialmente após as entrevistas aos autores, tornou-se clara a importância que estas plataformas assumem, especialmente na interação com os públicos que, neste contexto, aparentam uma maior pré-disposição para a colaboração e adição de informação.

A investigação centrada nestas formas de comunicação, mais informais e rápidas, parece-nos assim uma necessidade clara que, enquanto extensão deste trabalho, poderá encontrar nos princípios metodológicos estabelecidos um importante contributo.

Esta é, assim, mais uma configuração do que a atual conjuntura tecnológica nos oferece em termos de “patrimonialização informal” que, contudo, continuará a contribuir para a incessante produção de dados que socialmente vamos gerando. A construção da nossa história, ainda que hoje possamos assumir que se manifeste numa abordagem multivocal (Peralta,

⁹⁷ Como é o caso do Facebook, Google+, Instagram, Flickr, Twitter, entre muitos outros.

2007), implicará sempre processos de triagem, pois, como Walker afirmava em 1989: *"selection is inevitable in history-writing"* (1989 p.2). É nesse sentido que o trabalho do tratamento destes dados, e como estes poderão reverter para a análise histórica, se apresenta igualmente como uma importante questão de investigação.

Por último, e reconhecendo da afinidade do estudo com problemáticas museológicas e museográficas, identificam-se também nestas áreas do saber diversas oportunidades para novos desenvolvimentos a partir desta pesquisa. Uma hipótese passará pelo seu contributo na transição do papel tradicional dos museus, que Kerckhove afirmava encontrar-se entre *"o caixão e o expositor"* (1998), para modelos de *aceleradores culturais* onde a disponibilização de conhecimento permanentemente actualizado permitirá eliminar a ideia de *Zeitgeist* (espírito do tempo) que os tem limitado ao papel de *"interface entre o conhecimento e o reconhecimento"* (de Kerckhove, 1998).

Este é um ponto de especial importância se tivermos em atenção que o envolvimento dos cidadãos no processo de identificação, estudo, interpretação, proteção, conservação e apresentação do património cultural — tal como descrito na Convenção de Faro — será, inevitavelmente, uma realidade.

"O futuro dos museus será consagrado ao questionar: isto é, um lugar em que se reajustam significados a partir da experiência do outro; por alteridade, portanto. Mas, o seu papel só ficará verdadeiramente concluído quando, para além de se oferecer como lugar de interpretação, se constituir também como lugar de comunicação. O futuro dos museus será um lugar para comunicar melhor".

Excerto de publicação da autoria de Francisco Providência, na página de Facebook da sua empresa por ocasião do Dia Internacional dos Museus (21 de Maio de 2016) ⁹⁸.

⁹⁸ <https://www.facebook.com/providenciadesign>

BIBLIOGRAFIA

- Academia das Ciências de Lisboa. (2001). Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea. Editorial Verbo.
- Acciaiuoli, M. (2001). Anos 30 - As Exposições de Propaganda dos Anos 30. In *Anuário 2001* (pp. 46–51). Lisboa.
- Almeida, Victor. (2009). *O Design em Portugal, um Tempo e um Modo*. (Tese de doutoramento não publicada) Universidade de Lisboa . Lisboa.
- Anderson, C. (2008). *The Long Tail*. Hachette Books.
- Andreas, M. K., & Michael, H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Appadurai, A. (1988). *The Social Life of Things*. Cambridge University Press.
- Associação Portuguesa de Designers, A. (2014). História APD. Acedido em 10 de Maio de 2014 em http://apdesigners.org.pt/?page_id=98
- Attfield, J. (1999). Beyond the Pale: Reviewing the Relationship between Material Culture and Design History. *Journal of Design History*, 12(4), 373–380.
- Attfield, J. (2000). *Wild things*. Berg Publishers.
- Banham, R. (1960). *Theory and design in the first machine age*. The Architectural Press.
- Barbosa, H. (2011, July 4). *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX*. (Tese de doutoramento não publicada) Universidade de Aveiro. Aveiro.
- Bardin, L. (2013). *Análise de conteúdo* (4 ed.). Edições 70.
- Barthes, R. (1977). *Image Music Text*. London: Fontana Press.
- Barthes, R. (2012). *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.
- Bártolo, C. (2007). Frederico George [apontamento biográfico]. *Arlíquido Revista De Design Da Universidade Lusíada De Lisboa*, 1–9.
- Bártolo, J. (2010). Falar do Ofício. Acedido em 10 de Setembro de 2014 em <http://reactor-reactor.blogspot.pt/2010/02/falar-do-oficio-os-designers-hoje-nao.html>
- Beça, P. (2013). *Os Dispositivos Móveis no Apoio a Visitas a Museus*. (Tese de doutoramento não publicada) Universidade de Aveiro. Aveiro.
- Bernoff, J., & Li, C. (2008). Harnessing the power of the oh-so-social web. *MIT Sloan Management Review*.
- Bodnar, J. E. (1994). *Remaking America: Public Memory, Commemoration, and Patriotism in the Twentieth Century*. Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (2010). *A Distinção - Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo*. Lisboa: Edições 70.
- Branco, J., Pinto, C. A., Providência, F., & Branco, V. (2002). The Museum of Portuguese Design. *3rd International Conference on Design History and Design Studies*.

- Branco, V., & Barbosa, H. (Eds.). (2015). *Precedentes: Genealogia da Museologia do Design na Universidade de Aveiro*. UA Editora - Universidade de Aveiro.
- Bruns, A. (2006). Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production (pp. 275–284). Apresentado na conferência Cultural Attitudes towards Communication and Technology, Tartu.
- Bruns, A. (2005). Producers and Produsage – Workshop na SUNY Buffalo. Acedido em Maio de 15 de 2014 em http://distributedcreativity.typepad.com/idc_events/2005/09/axel_bruns_work.html
- Buchanan, R., & Margolin, V. (Eds.). (1995). *Discovering Design*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bughin, J., Byers, A. H., & Chui, M. (2011). *How social technologies are extending the organization*. *McKinsey Quarterly*.
- Byrne, D. (2008). Heritage conservation as social action. In G. Fairclough, R. Harrison, J. Schofield, & J. H. Jameson (Eds.), *The Heritage Reader* (pp. 149–173). Routledge.
- Cabral, M. C., & do Carmo Marques da Silva, M. (1995). *Sebastião Rodrigues, Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cardoso, G., Mendonça, S., Lima, T., Paisana, M., & Neves, M. (2014). *A Internet em Portugal - Sociedade em Rede 2014*. *Obercom.pt*.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory*. Thousand Oaks.
- Chui, M., Manyika, J., Bughin, J., Dobbs, R., & Roxburgh, C. (2012). *The Social Economy: Unlocking value and productivity through social technologies*. *McKinsey Global Institute*.
- Clark, H., & Brody, D. (2009). *Design Studies*. Berg Pub. Limited.
- Clarke, A. (1999). *Tupperware: The Promise of Plastic in 1950s America*. Diane Publishing Company.
- Coleção D. (2012). Pedro Falcão. Lisboa: INCM.
- Conway, H. (1987). *Design History*. Routledge.
- Coutinho, B. (2009). Sena da Silva. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas* (2ª ed.). Coimbra: Almedina.
- CPD Centro Português de Design. (2000). *O Tempo do Design - Cadernos de Design Anuário 2000*. (F. Ferro, Ed.). Lisboa.
- CPD Centro Português de Design. (2004). *Visão, Missão e Objectivos*. Acedido em 14 de Novembro de 2013 em <http://web.archive.org/web/20110708183152/http://www.cpd.pt/101000/1/index.htm>
- Creswell, J. W., Clark, V. L. P., Guntmann, M. L., & Hanson, W. E. (2002). Advanced Mixed Methods Research Designs. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook of Mixed Methods in Social Behavioral Research* (p. 209–240).
- Curado, R. (2013). Centro Português de Design vai ser extinto. Acedido em 10 de Novembro de 2013 em http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=3248523
- Dant, T. (1999). *Material Culture In The Social World*. McGraw-Hill International.

- Dant, T. (2005). *Materiality And Society*. McGraw-Hill International.
- de Kerckhove, D. (1998). Inteligência conectiva. *Fundação Para a Divulgação Das Tecnologias De Informação*.
- Dilnot, C. (1984a). The State of Design History, Part I: Mapping the Field. The State of Design History. *Design Issues*, 1(1), 4–23.
- Dilnot, C. (1984b). The State of Design History, Part II: Problems and Possibilities. *Design Issues*, 1(2), 3–20.
- Doordan, D. P. (1995). *Design History*. MIT Press.
- Ebbesen, T. R., & Vihma, S. (2006). The contribution of material culture studies to design, 1–5.
- Fallan, K. (2010). *Design History: Understanding Theory and Method*. Berg.
- Fentress, J., & Wickham, C. (1992). *Social Memory*. Blackwells.
- Fentress, J., & Wickham, C. (1994). *Memória social*. Lisboa: Teorema.
- Fernandes, E. M., & Maia, Â. (2001). Grounded Theory. In E. M. Fernandes & L. S. Almeida (Eds.), *Métodos e Técnicas de Avaliação. Contributos para a Prática e Investigação* (pp. 49–76). Braga.
- Ferreira, M., & Carmo, H. (1998). *Metodologia da Investigação* (2nd ed.). Lisboa: Universidade Aberta.
- Fairclough, G., Harrison, R., Schofield, J., & Jameson, J. H. (Eds.). (2008). *The Heritage Reader*. Routledge.
- Folkmann, M. N. (2014). 'Agency, Context, Meaning: The Humanities and Design. *Design Research Society Conference*.
- Forty, A. (1986). *Objects of Desire*. London: Thames & Hudson.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge*. (C. Gordon, Ed.). New York: Pantheon Books.
- Fry, T. (1988). *Design History Australia*. Sydney: Hale & Iremonger.
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (2001). *O Inquérito: Teoria e Prática*. Celta Editora.
- Giaccardi, E. (2006). Collective storytelling and social creativity in The Virtual Museum: A case study, 22(3), 29–41.
- Giaccardi, E. (2012). *Heritage and Social Media: Understanding heritage in a participatory culture* - Routledge. (E. Giaccardi, Ed.).
- Giaccardi, E., & Palen, L. (2008). The Social Production of Heritage through Cross-media Interaction: Making Place for Place-making. *International Journal of Heritage Studies*, 14(3), 281–297.
- Giedion, S. (1948). *Mechanization Takes Command —A contribution to anonymous history*. New York: Oxford University Press.
- Gillies, J., & Cailliau, R. (2000). *How the Web was Born*. Oxford University Press, USA.
- Glare, P. G. W. (1982). *Oxford Latin Dictionary*. Oxford University Press.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory* Chicago. Chicago: Aldine Publishing.
- Glasersfeld, E. V. (2005). Thirty Years Constructivism. *Constructivist Foundations*, 1(1), 9–12.
- Gledhill, D. (2008). *The Names of Plants*. Cambridge University Press.

- Gomes, G. (2013). Para uma Herança Cultural Significante. A Intervenção do Ponto de Vista do Design (pp. 38–49). Apresentado na conferência UD13 . Encontro Nacional de Investigação Doutoral em Design, Porto.
- Gomes, G., & Branco, V. (2014). Towards a significant Portuguese Cultural Heritage. Apresentado na conferência Nodem - Engaging Spaces Interpretation, Design and Digital Strategies, Warsaw.
- Gorman, C. (2011). Design History: Understanding Theory and Method by Kjetil Fallan. *Design Issues*, 27(1).
- Hagen, P., & Robertson, T. (2012). Social Technologies: The Changing Nature of Participation in Design. *Design Issues*.
- Halbwachs, M. (1990). A memória coletiva. (L. L. Schaffter, Trans.). Vértice.
- Hall, S. (2004). Culture, Media, Language. Routledge.
- Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (1997). Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. SAGE Publications.
- Harrison, R. (2009). What is heritage? In R. Harrison (Ed.), *Understanding the politics of heritage*. Manchester University Press.
- Harrison, R. (2010). Heritage as social action. In S. West (Ed.), *Understanding heritage in practice* (p. 328). Manchester.
- Henn, M., Weinstein, M., & Foard, N. (2005). A Short Introduction to Social Research. SAGE.
- Hill, M. M., & Hill, A. (2000). Investigação por Questionário (1ª ed.). Edições Sílabo.
- Hobsbawm, E. (2011). On History. Hachette UK.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). The Invention of Tradition. Cambridge University Press.
- Holloway, I., & Todres, L. (2006). Grounded theory. The research process in nursing.
- Huijbers, G., & Agelink, C. (2009). Onder-Anderen. Acedido em 12 de Abril de 2013 em <http://www.onder-anderen.nl>
- Iiyoshi, T., & Kumar, M. S. V. (2008). Opening Up Education.
- INCM. Convenção Quadro do Conselho da Europa Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade, Diário da República 1–26 (2008).
- Internet World Stats. (2014). Internet Stats and Facebook Usage in Europe. Acedido em 10 de Setembro de 2014 em <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. New York University Press.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture. MIT Press.
- Julier, G. (2000). The Culture of Design. SAGE Publications.
- Julier, G., & Narotzky, V. (1998). The redundancy of design history. Apresentado na conferência Practically Speaking, Wolverhampton University. Wolverhampton.
- Kerckhove, D. (1997). Connected intelligence: The arrival of the web society.
- Kopytoff, I. (1988). The cultural Biography of Things: Commoditization as Process. In *The Social Life of Things* (pp. 65–91). Cambridge University Press.

Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). *The Pro-am Revolution*. Demos Medical Publishing.

Lees-Maffei, G. (2009). The Production-Consumption-Mediation Paradigm. *Journal of Design History*, 22(4), 351–376.

Lees-Maffei, G., & Huppatz, H. (2014). Design History: from service subject to discrete discipline (Vol. 1, pp. 50–53). Apresentado na conferência ICDHS 2012 – 8th Conference of the International Committee for Design History & Design Studies, com o tema Design frontiers: territories, concepts, technologies. Editora Edgard Blücher.

Lees-Maffei, G., Houze, R., Social Sciences, Arts & Humanities Research Institute, Arts, S. O. C., Art, T. V., Design. (2010). *The Design History Reader*. Berg Publishers.

Li, C., Bernoff, J., Fiorentino, R., & Glass, S. (2007). *Social technographics*. Forrester Research.

Lusa. (2007). Biblioteca Nacional Inaugura Exposição sobre A. H. Oliveira Marques. Acedido em 10 de Novembro de 2013, em http://www.jn.pt/PaginalInicial/Interior.aspx?content_id=679871

Machado, J. P. (1987). *Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa* (4 ed.). Lisboa: Livros Horizonte.

Margolin, V. (1995a). Design History or Design Studies: Subject Matter and Methods. *Design Issues*, 11(1), 4–15.

Margolin, V. (1995b). *Discovering Design*. (R. Buchanan & V. Margolin, Eds.). University of Chicago Press.

Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. University Of Chicago Press.

Margolin, V. (2009). Design in History, 25(2), 94–105.

Maria Keil - De Propósito, Obra Artística. (2014). Maria Keil - De Propósito, Obra Artística. INCM.

Martins, J. P. (2001). *Daciano da Costa: Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Martins, J. P., & Tostões, A. (2001). A Construção no Design em Portugal: De 1960 à Revolução de Abril de 1974. In *Anuário 2001*. Lisboa.

Mendes, A. R. (2012). *O que é Património Cultural*. Gente Singular Editora.

Mendes, F. S. (1992). Design Lisboa '94: O Rei Vai Nu! *Cadernos De Design*, (11-12).

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.

Miller, D. (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.

Miller, D. (1997). *Material Culture and Mass Consumerism*. Wiley-Blackwell.

Miller, D. (2006, December 19). Judy Attfield. Acedido em 8 de Maio de 2015 em <http://www.materialworldblog.com/2006/12/judy-attfield/>

Mills, J., Bonner, A., & Francis, K. (2006). The Development of Constructivist Grounded Theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 25–35.

Moreira, C. D. (2007). *Teorias e Práticas da Investigação* (1st ed.). Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

- Munjeri, D. (2004). Tangible and Intangible Heritage: from difference to convergence. *Museum International*, 56(1-2), 12–20.
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional*, 9(4), 34–41.
- Nielsen, J. (2006, October 9). The 90–9–1 Rule for Participation Inequality in Social Media and Online Communities. Acedido em 14 de Junho de 2015, from http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
- O'Reilly, T. (2005). What is web 2.0. Acedido em 11 de Setembro de 2014, em <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies – Internacional Journal of Digital Economics*, (65).
- Olick, J. K. (1999). Collective Memory: The Two Cultures. *Sociological Theory*, 17(3), 333–348.
- Oppenheim, A. N. (1992). Questionnaire Design, Interviewing, and Attitude Measurement. Burns & Oates.
- Paisana, M., & Lima, T. (2012). *Sociedade em Rede. A Internet em Portugal 2012. obercom.pt* (pp. 1–35).
- Papanek, V. (1995). *Arquitectura e Design*. Lisbon: Edições 70.
- Pardal, L., & Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal Editores.
- Peralta, E. (2007). Abordagens teóricas ao estudo da memória social: uma resenha crítica. *Arquivos Da Memória*.
- Pevsner, N. (2001). *Origens da Arquitetura Moderna e do Design*. Martins Fontes.
- Providência, F. (2012). *Poeta, ou aquele que faz*. (Tese de doutoramento não publicada). Universidade de Aveiro. Aveiro.
- Providência, F. (2014). Poeta, ou aquele que faz: design lacónico para um mundo menos cínico. In E. T. Vilar (Ed.), *Design et al*. Publicações Dom Quixote.
- Quintela, P. (2014). Processos de “patrimonialização” do design em Portugal: algumas reflexões. *Cabo dos Trabalhos*, 10 (pp. 1–21).
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer.” *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Rodrigues, D. (2012). Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. *Ubimuseum*, 1.
- Rusch, G. (2007). Understanding: The Mutual Regulation of Cognition and Culture. *Constructivist Foundations*, 2, 118–128.
- Samuel, R. (2012). *Theatres of Memory*. Verso Books.
- Santos, R. A. (1995). O design e a decoração em Portugal, 1900–1994. In P. Pereira (Ed.), *História da Arte Portuguesa* (Vol. III, pp. 437–505). História da Arte Portuguesa.
- Serra, P. (2007). Web e credibilidade – O caso dos blogs. In M. L. Andión (Ed.), (pp. 417–428). Apresentado no VII Congreso Internacional de Comunicación Lusófona – Lusocom 2006, Santiago de Compostela.
- Shirky, C. (2010a). *Cognitive Surplus*. Penguin UK.

Shirky, C. (2010b). Eles vêm aí. Actual Editora.

Simon, N. (2007). Discourse in the blogosphere: What museums can learn from Web 2.0. *Museums & Social Issues*, 2(2), 257–274.

Souto, M. H. (1992). O Design Moderno em Portugal. (CPD Centro Português de Design, Ed.) *Cadernos De Design*, (1), 17–29.

Souto, M. H. (2014). Instituto Nacional de Investigação Industrial (I.N.I.I.). Retrieved September 29, 2014, from <http://www.iade.pt/unidcom/designportugal/i.n.i.i.html>

Taborda, M. J. (2010). *A Utilização de Internet em Portugal 2010*. *obercom.pt* (pp. 1–52).

Thackara, J. (1988). Design after modernism: Beyond the object. London: Thames and Hudson.

Toffler, A. (1999). A Terceira Vaga. Lisboa: Livros do Brasil.

Unesco. (2003). Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage.

Unesco. (2006). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial.

Vickery, G., & Wunsch-Vincent, S. (2007). *Participative Web and User-created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking*. OECD – Organization for Economic Cooperation and Development.

Walker, J. A. (1989). Design History and the History of Design. London: Pluto Press.

Woodham, J. M. (1995). Resisting Colonization: Design History Has Its Own Identity. *Design Issues*, 11(1), 22.

Woodham, J. M. (2001). Designing Design History: From Pevsner to Postmodernism. Apresentado na conferência Digitisation and Knowledge, Auckland.

Wurman, R. S., Leifer, L., & Sume, D. (2001). Information Anxiety 2. New York: New Riders Publishers.

LISTA DE *POSTS* ANALISADOS

Publisite – <http://estespublicitarios.blogspot.pt>

1 : PP 1 – Zenith

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2009/10/zenith.html>

2 : PP 2 – Brasileira

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2009/10/brazileira.html>

3 : PP 3 – Nestlé

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2009/10/nestle.html>

4 : PP 4 – Licor vegetal

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2009/10/licor-vegetal.html>

5 : PP 5 – Carliqso

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2009/10/carliqso.html>

6 : ST 1 – O BANCO

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2011/05/o-banco.html>

7 : ST 2 – MARQUES ABREU & C^a

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2011/05/marques-abreu-c.html>

8 : ST 3 – PROGREDIOR

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2011/05/progredior.html>

9 : ST 4 – OMO

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2011/05/omo.html>

10 : ST 5 – BRISTOL

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2011/05/bristol.html>

11 : TT 1 – ENFIM

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2013/01/enfim.html>

12 : TT 2 – COLARES

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2013/01/colares.html>

13 : TT 3 – PACHANCHO

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2013/01/pachancho.html>

14 : TT 4 – INVICTA

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2013/01/invicta.html>

15 : TT 5 – A P.T.

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2013/01/a-pt.html>

16 : UP 1 – REFRESCOLA

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2014/08/refrescola.html>

17 : UP 2 – OSRAM

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2014/08/osram.html>

18 : UP 3 – Mariazinha

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2014/08/mariazinha.html>

19 : UP 4 – O MOSQUITO

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2014/08/o-mosquito.html>

20 : UP 5 – MOSQUITO

<http://estespublicitarios.blogspot.pt/2014/08/mosquito.html>

Garfadas on line – <http://garfadasonline.blogspot.pt>

21 : PP 1 – Copos da Fábrica Crisal

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2008/10/copos-da-fbrica-crisal.html>

22 : PP 2 – A crise e a “Economia Doméstica”

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2008/12/crise-e-economia-domstica.html>

23 : PP 3 – Objecto Mistério N° 3 . Resposta: Funil para tarte

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2008/12/objecto-mistrio-n-3-resposta-funil-para.html>

24 : PP 4 – Resposta ao Objecto Mistério N°5: Base para espargos

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2009/02/resposta-ao-objecto-misterio-n5-base.html>

25 : PP 5 – O Sonasol

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2009/02/o-sonasol.html>

26 : ST 1 – A valsa da «Água de Castelo» e a lenda de Salúquia

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2010/09/valsa-da-agua-de-castelo-e-lenda-de.html>

27 : ST 2 – Cromos de Caramelos e Fábricas de Caramelos

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2010/09/cromos-de-caramelos-e-fabricas-de.html>

28 : ST 3 – Faltava o papel dos caramelos...

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2010/09/faltava-o-papel-dos-caramelos.html>

29 : ST 4 – Silampos. Publicidade para a mãe, para a filha e para toda a família

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2010/10/silampos-publicidade-para-mae-para.html>

30 : ST 5 – O Hotel Estrella do Norte no Porto

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2010/10/no-porto-durante-o-seculo-xix-na-zona.html>

31 : TT 1 – Jarro de Vinho de Maria de Portugal

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2012/08/museu-virtual-jarro-de-vinho-de-maria.html>

32 : TT 2 – Os Caldos Maggi em Cubo

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2012/08/os-caldos-maggi-em-cubo.html>

33 : TT 3 – Sebastião Passa Fome!

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2012/08/sebastiao-passa-fome.html>

34 : TT 4 – Uma ementa com história do Palace Hotel da Curia

http://garfadasonline.blogspot.pt/2012/08/uma-ementa-com-historia-do-palace-hotel_17.html

35 : TT 5 – Museu Virtual~ Bule de Chá

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2012/08/museu-virtual-bule-de-cha.html>

36 : UP 1 – O «Pomar da Foz» de Alvarez

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2014/08/o-pomar-da-foz-de-alvarez.html>

37 : UP 2 – O Chá das 5 d'A Mariazinha

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2014/08/o-cha-das-5-da-mariazinha.html>

38 : UP 3 – A goiabada Peixe

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2014/08/a-goiabada-peixe.html>

39 : UP 4 – A chegada dos fogões a gás

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2014/07/a-chegada-dos-fogoes-gas.html>

40 : UP 5 – A Fábrica de Produtos Coração

<http://garfadasonline.blogspot.pt/2014/07/a-fabrica-de-produtos-coracao.html>

Fábricas Metalúrgicas Alba – <http://fabrica-alba.blogspot.pt>

41 : PP 1 – Tampa de Saneamento

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2008/01/tampa-de-saneamento.html>

42 : PP 2 – Portfolio Alba

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2008/07/portfolio-alba.html>

43 : PP 3 – Fervedores ALBA

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2008/08/fervedores-alba.html>

44 : PP 4 – grelha de Respiradouro ALBA

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2008/09/grelha-de-respiradouro-alba.html>

45 : PP 5 – Fogareiro ALBA

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2009/10/fogareiro-alba.html>

46 : ST 1 – Apresentação de Miguel Estima na E. S. T. de Abrantes (Maio de 2008)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2009/12/apresentacao-de-miguel-estima-na-escola.html>

47 : ST 2 – Filarmonica Alba

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2010/01/filarmonica-alba.html>

48 : ST 3 – Alumínio Português (Angola)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2010/01/aluminio-portugues-angola.html>

49 : ST 4 – Camiões à entrada da Fábrica Alba

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2010/03/camioes-da-fabrica-alba.html>

50 : ST 5 – Alba - Uma Marca Portuguesa de Automóveis, de José Barros Rodrigues

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2010/04/alba-uma-marca-portuguesa-de-automoveis.html>

51 : TT 1 – Prémios Martins Pereira (29-06-2012)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2012/07/premios-martins-pereira-29-06-2012.html>

52 : TT 2 – Eng. Pedro Martins Pereira em entrevista ao Jornal de Notícias

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2012/08/eng-pedro-martins-pereira-em-entrevista.html>

53 : TT 3 – Prospecto do Cine-Teatro Alba (1950)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2012/08/prospecto-do-cine-teatro-alba-1950.html>

54 : TT 4 – Fontanário Alba na Nazaré

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2012/09/fontanario-alba-na-nazare.html>

55 : TT 5 – Carro Alba no Caramulo Motor Festival 2012

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2012/10/carro-alba-no-caramulo-motor-festival.html>

56 : UP 1 – Fontanário Alba (na Fundação Batalha de Aljubarrota) em destaque

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2014/09/fontanario-alba-na-fundacao-batalha-de.html>

57 : UP 2 – Banco de três pernas em Almeida

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2014/08/banco-de-tres-pernas-em-almeida.html>

58 : UP 3 – Banco de Jardim celebra 80 anos em destaque no “Você na TV” (TVI)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2014/08/banco-de-jardim-celebra-80-anos-em.html>

59 : UP 4 – Banco português comemora 80 anos (Green Savers)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2014/07/banco-portugues-comemora-80-anos-green.html>

60 : UP 5 – Banco Alba no programa “Sabe ou não sabe”(RTP1)

<http://fabrica-alba.blogspot.pt/2014/07/banco-alba-no-programa-sabe-ou-nao.html>

Cerâmica modernista em Portugal –

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt>

61 : PP 1 – Saleiros e Pimenteiros – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/search?q=Saleiros+e+Pimenteiros+>

62 : PP 2 – Serviço de Café – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/11/servico-de-cafe-secla.html>

63 : PP 3 – Pequeno prato - Raul da Bernarda

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2011/07/pequeno-prato-raul-da-bernarda.html>

64 : PP 4 – Pequena taça tripé - Aleluia

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2011/07/tacinha-tripe-aleluia.html>

65 : PP 5 – Cerâmica no Pavilhão de Portugal - EXPO58 Bruxelas

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2011/07/ceramica-no-pavilhao-de-portugal-expo58.html>

66 : ST 1 – Varinas da série “Arte Nova” - Maria de Lourdes Castro

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/04/varinas-da-serie-arte-nova-maria-de.html>

67 : ST 2 – Cinzeiros 630 – Aleluia

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/03/cinzeiros.html>

68 : ST 3 – Pratos rectangulares - Carlos Vizeu

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/04/pratos-rectangulares-carlos-vizeu.html>

69 : ST 4 – Cinzeiros – Aleluia

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/04/cinzeiros-aleluia.html>

70 : ST 5 – Jarro - Hansi Staël – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2012/03/jarro-hansi-stael-secla.html>

71 : TT 1 – Tipos populares portugueses IV - Fernando da Ponte e Sousa – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/03/tipos-populares-portugueses-iv-fernando.html>

72 : TT 2 – Tipos populares portugueses III - Fernando da Ponte e Sousa – SECLA

http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/03/tipos-populares-portugueses-iii_24.html

73 : TT 3 – Barco da série “Arte Nova” - Maria de Lourdes Castro

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/03/barco-da-serie-arte-nova-maria-de.html>

74 : TT 4 – Painéis da Pelaria Pampas - Lucien Donnat

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/02/paineis-da-pelaria-pampas-lucien-donnat.html>

75 : TT 5 – Tipos populares portugueses II - Fernando da Ponte e Sousa – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/02/tipos-populares-portugueses-ii-fernando.html>

76 : UP 1 – Cavalo - Fernando da Ponte e Sousa – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2014/02/cavalo-fernando-da-ponte-e-sousa-secla.html>

77 : UP 2 – Painéis da Casa da Conchas, Figueira da Foz

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2014/01/paineis-da-casa-da-conchas-figueira-da.html>

78 : UP 3 – Serviço de chá – GAL

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2014/01/servico-de-cha-gal.html>

79 : UP 4 – Castiçal «Anjo» - Hansi Staël – SECLA

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/12/castical-anjo-hansi-stael-secla.html>

80 : UP 5 – Jarro, copos e jarra - OAL ~ Olaria de Alcobaça

<http://ceramicamodernistaemp Portugal.blogspot.pt/2013/12/jarro-copos-e-jarra-oal-olaria-de.html>

Rodas de Viriato – <http://rodasdeviriato.blogspot.pt>

81 : PP 1 – Casal Carina

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2006/10/casal-carina.html>

82 : PP 2 – Portaro 260 DCM

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2006/10/portaro-260-dcm.html>

83 : PP 3 – UMM Cournil

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2006/10/umm-cournil.html>

84 : PP 4 – Motalli City Car TR7

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2006/10/motalli-city-car-tr7.html>

85 : PP 5 – Sado 550 - 5º série

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2006/10/sado-550-5-srie.html>

86 : ST 1 – Publicidade Stamir sempre na vanguard

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2009/09/publicidade-stamir-sempre-na-vanguarda.html>

87 : ST 2 – UCAL BMX cromada com pneus de cor - Catálogo UCAL

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2009/09/ucal-bmx-cromada-com-pneus-de-cor.html>

88 : ST 3 – Manual Micromotor Pachancho (Braga - 1952)

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2009/09/manual-micromotor-pachancho-braga-1952.html>

89 : ST 4 – Kilometrodário~ da Mabor General

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2009/09/kilometrodario-da-mabor-general.html>

90 : ST 5 – ALBA TN-10-82 na Automóveis Portugueses - Museu do Caramulo

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2009/09/alba-tn-10-82-na-automoveis-portugueses.html>

91 : TT 1 – Bitles - Chapa de testa para bicicleta

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2011/12/bitles-chapa-de-testa-para-bicicleta.html>

92 : TT 2 – Miniatura UMM Cournil da GNR da ModEna

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2011/12/miniatura-umm-cournil-da-gnr-da-modena.html>

93 : TT 3 – Organização Sachs Portuguesa - Alfinete de lapela

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2011/12/organizacao-sachs-portuguesa-alfinete.html>

94 : TT 4 – Publicidade ao Jiptara e ao Minitara

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2011/12/publicidade-ao-jiptara-e-ao-minitara.html>

95 : TT 5 – Bicicleta Órbita M 20 Maxi vermelha (12)

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2011/12/bicicleta-orbita-m-20-maxi-vermelha-12.html>

96 : UP 1 – Tricarro Famel com cabine fechada recuperado

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2014/08/tricarro-famel-com-cabine-fechada.html>

97 : UP 2 – Bicicleta Esmatina modelo corrida roda 28 ou 27 - Folheto da Esmaltina

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2014/08/bicicleta-esmatina-modelo-corrida-roda.html>

98 : UP 3 – Triciclo a pedais da Bébécar novo em amarelo e laranja (2~3)

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2014/08/triciclo-pedais-da-bebecar-novo-em.html>

99 : UP 4 – Autocolante redondo com Macal Marisa

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2014/08/autocolante-redondo-com-macal-marisa.html>

100 : UP 5 – Folheto da motorizada Vilar Cross

<http://rodasdeviriato.blogspot.pt/2014/08/folheto-da-motorizada-vilar-cross.html>

Restos de Coleção – <http://restosdecolecao.blogspot.pt>

101 : PP 1 – Ambulâncias Bedford

<http://restosdecolecao.blogspot.pt/2009/07/uma-ambulancia-dos-anos-50.html>

102 : PP 2 – Sport Lisboa e Benfica

<http://restosdecolecao.blogspot.pt/2009/07/1-equipa-do-sport-lisboa-e-benfica.html>

103 : PP 3 – Uns Anúncios Publicitários

<http://restosdecolecao.blogspot.pt/2009/07/uns-anuncios-publicitarios.html>

104 : PP 4 – O Primeiro Filme Sonoro Português

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2009/08/o-l-filme-sonoro-portugues.html>

105 : PP 5 – Publicações da Carris

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2009/08/companhia-carris-de-ferro-de-lisboa.html>

106 : ST 1 – Caminhos de Ferro e Publicidade (3)

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/03/caminhos-de-ferro-e-publicidade-3.html>

107 : ST 2 – Títulos de Companhias de C. de Ferro

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/03/titulos-de-companhias-de-c-de-ferro.html>

108 : ST 3 – Pacote “África”

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/03/paquete-africa.html>

109 : ST 4 – Antigas Águas Minerais

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/03/antigas-aguas-minerais.html>

110 : ST 5 – Estabelecimentos Valentim de Carvalho

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/03/valentim-de-carvalho.html>

111 : TT 1 – Vidago Palace Hotel

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/11/vidago-palace-hotel.html>

112 : TT 2 – TAP noutros Tempos (6)

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/11/tap-noutros-tempos-6.html>

113 : TT 3 – Cinematógrafos e Animatógrafos

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/11/cinematografos-e-animatografos.html>

114 : TT 4 – Cartazes Publicitários (8)

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/11/cartazes-publicitarios-8.html>

115 : TT 5 – Caminho de Ferro no Barreiro

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/11/caminho-de-ferro-no-barreiro.html>

116 : UP 1 – Semana dos Artistas em 1928

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2014/08/semana-dos-artistas-em-1928.html>

117 : UP 2 – Cartazes Publicitários (18)

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2014/08/cartazes-publicitarios-18.html>

118 : UP 3 – Hotel do Guincho

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2014/08/hotel-do-guincho.html>

119 : UP 4 – Antigamente (101)

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2014/08/antigamente-101.html>

120 : UP 5 – Travessia de Lisboa a Nado em 1927

<http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2014/08/travessia-de-lisboa-nado-em-1927.html>

Typographies – <http://typographies.blogspot.pt>

121 : PP 1 – Paris em Lisboa

http://typographies.blogspot.pt/2006/07/paris-em-lisboa_17.html

122 : PP 2 – Barbearia Campos ao Chiado

<http://typographies.blogspot.pt/2006/07/barbearia-campos-ao-chiado.html>

123 : PP 3 – Será que o carteiro viu

<http://typographies.blogspot.pt/2006/07/ser-que-o-carteiro-viu.html>

124 : PP 4 – Retrozaria Bijou

<http://typographies.blogspot.pt/2006/07/retrozaria-bijou.html>

125 : PP 5 – Lisboa

<http://typographies.blogspot.pt/2007/01/lisboa.html>

126 : ST 1 – Bingo Circulo

<http://typographies.blogspot.pt/2007/10/bingo-circulo.html>

127 : ST 2 – Old Comercial Typeface

<http://typographies.blogspot.pt/2007/11/old-comercial-typeface.html>

128 : ST 3 – Capela dos Ossos / Bones Chapel

<http://typographies.blogspot.pt/2007/12/capela-dos-ossos-bones-chapel.html>

129 : ST 4 – Toponímia

<http://typographies.blogspot.pt/2007/12/toponmia.html>

130 : ST 5 – Coimbra

<http://typographies.blogspot.pt/2008/04/coimbra.html>

131 : TT 1 – Handpainted Lettering

<http://typographies.blogspot.pt/2008/08/handpaited-lettering.html>

132 : TT 2 – Albufeira III

<http://typographies.blogspot.pt/2008/07/albufeira-iii.html>

133 : TT 3 – Albufeira II

<http://typographies.blogspot.pt/2008/07/albufeira-ii.html>

134 : TT 4 – Albufeira I

<http://typographies.blogspot.pt/2008/07/albufeira-i.html>

135 : TT 5 – Toponímia

<http://typographies.blogspot.pt/2009/03/toponimia.html>

136 : UP 1 – Toponímia

<http://typographies.blogspot.pt/2010/05/toponimia.html>

137 : UP 2 – Sapataria Faustino

<http://typographies.blogspot.pt/2010/05/sapataria-faustino.html>

138 : UP 3 – Letras a Giz

<http://typographies.blogspot.pt/2010/05/restaurant.html>

139 : UP 4 – Casa do Povo do Concelho de Olhão em Moncarapacho

<http://typographies.blogspot.pt/2010/04/casa-do-povo-do-concelho-de-olhao-em.html>

140 : UP 5 – Type on boats

<http://typographies.blogspot.pt/2009/08/type-on-boats.html>

Almanaque Silva – <http://almanaquesilva.wordpress.com>

141 : PP 1 – Pavia africanista

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/01/18/a-africa-negra-de-pavia/>

142 : PP 2 – “O fotógrafo não estava lá” ... e o ilustrador também não

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/01/21/o-fotografo-nao-estava-la-e-o-ilustrador-tambem-nao/>

143 : PP 3 – Pode o Adobe Illustrator sonhar

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/01/22/um-pioneiro-da-ilustracao-digital/>

144 : PP 4 – O Carrocel Mágico

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/01/25/o-carrocel-magico/>

145 : PP 5 – Os bons costumes portugueses

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/01/31/os-postais-ilustrados-de-costumes-portugueses/>

146 : ST 1 – Ofélia

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2013/01/18/ofelia/>

147 : ST 2 – Riquezas de Portugal

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2013/01/09/riquezas-de-portugal/>

148 : ST 3 – Lições republicanas

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2013/01/05/licoes-republicanas/>

149 : ST 4 – O Velho do Natal

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2012/12/23/o-velho-do-natal/>

150 : ST 5 – O Senhor Ventura

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2012/12/16/o-senhor-ventura/>

151 : TT 1 – Mariazinha africanista

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2012/01/26/mariazinha-africanista/>

152 : TT 2 – As orelhas do sr. Silva

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2012/01/16/as-orelhas-do-sr-silva/>

153 : TT 3 – As time goes by

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/12/24/as-time-goes-by/>

154 : TT 4 – O Papagaio do Capitão Tom

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/12/18/o-papagaio-do-capitao-tom/>

155 : TT 5 – Baby boom

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2011/12/11/baby-boom/>

156 : UP 1 – Cântico dos Cânticos

<https://almanaquesilva.wordpress.com/2014/01/22/cantico-dos-canticos/>

157 : UP 2 – Only Nylon

<https://almanaguesilva.wordpress.com/2013/12/09/only-nylon/>

158 : UP 3 – Notre Janine

<https://almanaguesilva.wordpress.com/2013/11/06/notre-janine/>

159 : UP 4 – Caça grossa

<https://almanaguesilva.wordpress.com/2013/10/03/caca-grossa/>

160 : UP 5 – Histórias de chocolate

<https://almanaguesilva.wordpress.com/2013/09/16/historias-de-chocolate/>

ANEXOS

Anexo 1 / **Lista de plataformas identificadas**

Anexo 1

#	Nome	Link	tipo
RECOLHIDOS			
1	1140	http://1140tv.blogspot.pt	blog
2	3º Frt. do Pinhal da Lameira	http://pinhallameira.blogspot.pt	blog
3	50TinhasValpacenses	http://50tinhasvalpacenses.blogspot.pt	blog
4	a imagem do vinho	http://imagemdovinho.blogspot.pt	blog
5	A Memória dos Descobrimentos na Cerâmica Portuguesa	http://memoriadosdescobrimentosnaceramica.blogspot.pt	blog
6	A MINHA ZUNDAPP FAMEL	http://aminhazundappfamel.blogspot.pt	blog
7	almanaque silva	http://almanaguesilva.wordpress.com	blog
8	Américo Soares Braga	http://www.americobraga.net	website
9	Armazém de Velharias	http://armazemdevelharias.blogspot.pt	blog
10	Blog Design Portugues	https://www.facebook.com/pages/blog-design-português/128501060500379	facebook
11	Capas e companhia	http://capasecompanhia.blogs.sapo.pt	blog
12	casal boss portugal	http://casalbossportugal.blogspot.pt	blog
13	ceramica modernista em portugal	http://www.pinterest.com/pincmp/	pinterest
14	Cerâmica Modernista em Portugal	https://www.facebook.com/pages/Cerâmica-Modernista-em-Portugal/132651503522386	facebook
15	Cerâmica Modernista em Portugal	http://ceramicamodernistaemportugal.blogspot.pt	blog
16	classicos lobo	http://classicoslobo.blogspot.pt	Blog
17	Club Casaleiro	http://clubcasaleiro.forumportugues.com.pt	Forum
18	Clube Famel Fajões	https://www.facebook.com/clubefamel.fajoes?fref=ts	facebook
19	Clube Famel Fajões	http://clubefamel.blogspot.pt	blog
20	Coleccionismo História	http://luismanueltudella.blogspot.pt	blog
21	colher	http://colher.net	website
22	cultural data	http://culturaldata.wordpress.com	blog
23	design 351	http://design351.wordpress.com	blog
24	Design de Comunicação	http://designdecomunicacao.blogspot.pt	blog
25	design em lisboa	http://design-em-lisboa.blogspot.pt	blog
26	design portugues	http://designportugues.blogs.sapo.pt	blog
27	design studio feup	http://designstudiofeup.blogspot.pt	blog
28	Estacao Chronographica	http://estacaochronographica.blogspot.pt	blog
29	fabrica Alba	http://fabrica-alba.blogspot.pt	blog
30	Fabrica Portuguesa	https://www.facebook.com/fabricaportuguesa	facebook
31	Fabulásticas, as mulheres são assim	http://mulheresilustres.blogspot.pt/	blog
32	Falcão Piedade Esperança	http://www.pinterest.com/mefalcao/	pinterest
33	forum UMM	http://forumm.forumco.com	forum
34	fotolito	http://hueandsaturation.tumblr.com	blog
35	garfadas online	http://garfadasonline.blogspot.pt	blog
36	glórias de outros tempos	http://gloriasdeoutrostempos.blogspot.pt	blog
37	história do design	http://historiadesign.wordpress.com	blog
38	Hot Spot UMM Porto	http://bomtemporicardo.wix.com/hotspot	website
39	Ilustração Portuguesa	http://ilustracaoportuguesa.wordpress.com	blog
40	living dead covers	http://livingdeadcovers.wordpress.com	blog
41	m de maria	http://www.mdemaria.com	blog
42	mastiga design	http://ghostalking.wordpress.com	blog
43	MCV	https://www.facebook.com/motosclassicasvintage	facebook
44	Memoria Futura	http://www.memoriafutura.org	website
45	Memórias da Secla	https://www.facebook.com/pages/Memórias-da-Secla/136326893200931	facebook
46	Memórias e Arquivos da Fábrica de Loiça de Sacavém	http://mfls.blogs.sapo.pt	blog
47	modena	http://modelosnacionais.blogspot.pt	blog
48	Moderna uma outra nem tanto	http://modernaumaoutranemtanto.blogspot.pt	blog
49	montag by their covers	http://pedromarquesdg.wordpress.com	blog
50	Motas Antigas	http://motaclassica.blogspot.pt	blog
51	moto nacional	http://motonacional.blogspot.pt	Blog
52	Moto peças nacionais	http://motopecasnacionais.blogspot.pt	Blog
53	Motorizadas 50	http://motorizadas50.com	blog
54	motos de portugal	http://www.motosdeportugal.com/pt/	website
55	motos do sec xx	http://motosdoseculoxx.blogspot.pt	blog
56	nosso design	http://nossodesign.blogspot.pt	blog
57	Notas de Portugal e Estrangeiro	http://notasportugal.blogspot.pt	blog
58	o Blog da Famel	http://www.famel.blogspot.pt	blog
59	o blog da XF	http://soxf.blogspot.pt	blog
60	Olhai Lisboa	http://olhai-lisboa.blogspot.pt/	blog
61	P.id » Portuguese Industrial Design	https://www.facebook.com/Port.Industrialdesign	facebook
62	Paço branco	http://pacobranco.blogspot.pt	Blog
63	Peças & Motorizadas Nacionais	http://motorizadas50nacionais.blogspot.pt	Blog
64	portaro 320 campina 1979	http://portaro320campina.blogspot.pt	blog
65	Portugal Design	https://www.facebook.com/portugaldesign.org	facebook
66	portugal design	http://portugaldesign.org	blog
67	portugal design lab	http://portugaldesignlab.blogspot.pt	blog
68	Portugal Design Lab	https://www.facebook.com/pages/Portugal-Design-Lab/116027901772638	facebook
69	Portugal inspira	http://www.portugalinspira.pt	blog
70	publish design	http://publishdesign.blogspot.pt	bloa

71	publisite	http://estespublicitarios.blogspot.pt	blog
72	reactor	http://reactorblogue.wordpress.com	blog
73	ressabiator	http://ressabiator.wordpress.com	blog
74	Restauro e história das motas VILAR	http://historia-das-motas-vilar.blogspot.pt	blog
75	restos de colecção	http://restosdecolecao.blogspot.pt	blog
76	rodas de viriato	http://rodasdeviriato.blogspot.pt	blog
77	Rua Onze - blog	http://blogdaruaonze.blogs.sapo.pt	blog
78	sado / 550	http://sado550.blogspot.pt	blog
79	sado 550	http://jcle.pt/sado550/	website
80	Sebastião Rodrigues	https://www.facebook.com/pages/Sebastião-Rodrigues-Designer/122334601121823	facebook
81	Simples	http://www.05031979.net	blog
82	só classicas	http://sohclassicas.blogspot.pt	blog
83	tipografia em portugal	http://tipografiaemportugal.blogspot.pt	blog
84	Tipografia Portugal	https://plus.google.com/101547441252642127226	google+
85	Tipografia Portugal	http://tipografias.blogspot.pt	blog
86	Tipografia Portuguesa	http://www.flickr.com/photos/tipografiaportuguesa/	Flickr
87	Tipografia Portuguesa	http://www.pinterest.com/dialmfor/tipografia-portuguesa/	pinterest
88	Tipografia Portuguesa	https://www.facebook.com/pages/Tipografia-Portuguesa/456349247760375	facebook
89	Tipografia Portuguesa	http://tipografiaportuguesa.blogspot.pt	blog
90	tipografos	http://tipografos.net	website
91	type for you	http://www.typeforyou.org	blog
92	typographia	http://sdr-designer.blogspot.pt	blog
93	typographias	http://typographias.blogspot.pt	blog
94	Um Renascimento Ideal	http://renascimentoideal.wordpress.com	blog
95	Vai 5	http://www.vai5.blogspot.pt	Blog
96	XF-17 Alfacinha	https://www.facebook.com/xf17alfacinha	facebook
97	XF-17 Alfacinha	http://xf17alfacinha.blogspot.pt	blog

SUGERIDOS

98	Vaicinco Marafadas rústicas à solta	http://www.vaicinco.blogspot.pt	blog
99	Memórias e Imagens	http://memoriasimagens.blogspot.pt/	blog
100	A Arte em Portugal	http://aarteemp Portugal.blogspot.pt	blog
101	Ilustração Antiga	http://ilustracaoantiga.blogspot.pt	blog
102	Fado Cravo	http://fadocravo.blogspot.pt/	blog
103	IP4	http://www.ip4mag.com	website
104	Forum Mini	http://forumini.forumeiros.com/	forum
105	Moto Online	http://motonline.pt	website
106	Ideafixa	http://www.ideafixa.com	website
107	Forum Motor Clássico	http://forum.motorclassico.pt/forum.php	forum
108	Lisboa	http://olhai-lisboa.blogspot.pt/	blog
109	Industria Cuf	http://industriacuf.blogspot.pt	blog
110	Navios e Navegadores	http://naviosenavegadores.blogspot.pt/	blog
111	Rua dos Dias Que Voam	http://diasquevoam.blogspot.pt/	blog
112	Ruas de Lisboa com Alguma História	http://aps-ruasdelisboacomhistoria.blogspot.com/	blog
113	Portugal Através do Mundo	http://portugal-mundo.blogspot.pt	blog
114	A Ervilha Cor de Rosa	http://www.aervilhacorderosa.com	blog

Anexo 2 / **Dados genéricos das plataformas**

Anexo 2

#	nome	link	tipo	autoria	nome responsável	contacto	categoria	subcategoria	observações
TOTAL UNIVERSO									
1	1140	http://1140tv.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Afonso Henriques		Industrial	Veículos	não actualizado - sem contacto
2	3º Frt. do Pinhal da Lameira	http://pinhallameira.blogspot.pt	blog	Anonimo	N. l.		Generalista	Biográfico	
3	50TinhasValpacenses	http://50tinhasvalpacenses.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*50tinhasvalpacenses	C50tinhasvalpacenses@hotmail.com	Industrial	Veículos	
4	a imagem do vinho	http://imagemdovinho.blogspot.pt	blog	Assinado	António Modesto Nunes	imagemdovinho@gmail.com	Comunicação	Embalagem	
5	A Memória dos Descobrimientos na Cerâmica Portuguesa	http://memoriadosdescobrimientosnaceramica.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Mercador Veneziano	mercador.veneziano@sapo.pt	Industrial	Cerâmica	
6	A MINHA ZUNDAPP FAMEL	http://aminhazundappfamel.blogspot.pt	blog	Assinado	Filipe Soares	filipe.soares@gmail.com	Industrial	Veículos	
7	almanaque silva	http://almanaque-silva.wordpress.com	blog	Assinado	Jorge Silva	silva@silvadesigners.com	Comunicação	Ilustração	
8	Américo Soares Braga	http://www.americobraga.net	website	Anonimo	N. l.		Industrial	Cerâmica	
9	Armazém de Velharias	http://armazemdevelharias.blogspot.pt	blog	Assinado	Marília Marques	velhariasdamarilia@hotmail.com	Industrial	Cerâmica	
10	Blog Design Português	https://www.facebook.com/pages/blog-design-português/128501060500379	Facebook	Anonimo	N. l.		Generalista	Crítica / Divulgação	
11	Capas e companhia	http://capasecompanhia.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*blogdaruano	now.here@sapo.pt	Comunicação	Editorial	
12	casal boss Portugal	http://casalbossportugal.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*CASAL-BOSS	mensagem em post	Industrial	Veículos	
13	cerâmica modernista em Portugal	http://www.pinterest.com/pincmp/	pinterest	Pseudónimo	*CMP		Industrial	Cerâmica	
14	Cerâmica Modernista em Portugal	https://www.facebook.com/pages/Cerâmica-Modernista-em-Portugal/132651503522386	facebook	Pseudónimo	*CMP		Industrial	Cerâmica	
15	Cerâmica Modernista em Portugal	http://ceramicamodernistaemportugal.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*CMP	ceramicamodernistaemportugal@gmail.com	Industrial	Cerâmica	
16	clássicos lobo	http://clássicoslobo.blogspot.pt	Blog	Pseudónimo	*Lobo	nabocadolobomau@gmail.com	Industrial	Veículos	
17	Club Casaleiro	http://clubcasaleiro.forumportugues.com.pt	Fórum	Anonimo	N. l.	mensagem pelo fórum	Industrial	Veículos	
18	Clube Famel Fajões	https://www.facebook.com/clubefamel.fajoes?ref=ts	facebook	Anonimo	N. l.		Industrial	Veículos	
19	Clube Famel Fajões	http://clubefamel.blogspot.pt	blog	Anonimo	N. l.	mensagem em post	Industrial	Veículos	
20	Colecionismo História	http://luismanueltudella.blogspot.pt	blog	Assinado	Luís Manuel Tudela		Generalista	Numismática	
21	colher	http://colher.net	website	Anonimo	N. l.	info@colher.net	Comunicação	Crítica / Divulgação	iniciativa comercial
22	cultural data	http://culturaldata.wordpress.com	blog	Anonimo	N. l.	culturaldata@gmail.com	Generalista	Crítica / Divulgação	
23	design 351	http://design351.wordpress.com	blog	Assinado	Ana Margarida	anagargida09@gmail.com	Generalista	Crítica / Divulgação	
24	Design de Comunicação	http://designdecomunicacao.blogspot.pt	blog	Assinado	La Salete	artilaca@yahoo.com	Comunicação	Crítica / Divulgação	
25	design em lisboa	http://design-em-lisboa.blogspot.pt	blog	Anonimo	N. l.	atendimento@designemlisboa.com	Generalista	Crítica / Divulgação	

26	design português	http://designportugues.blogs.sapo.pt	blog	Assinado	Nuno Cardoso	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
27	design studio feup	http://designstudiofeup.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
28	Estacao Chronographica	http://estacaochronographica.blogspot.pt	blog	Assinado	Fernando Correia de Oliveira	alaworldontime@gmail.com	Industrial	Relojoaria
29	fabrica Alba	http://fabrica-alba.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	mensagem em post	Industrial	Biográfico
30	Fabrica Portuguesa	https://www.facebook.com/fabricaportuguesa	facebook	Anónimo	N. I.		Comunicação	Publicidade
31	Fabulísticas, as mulheres são assim	http://mulheresilustres.blogspot.pt/	blog	Pseudónimo	*Fado Sou		Comunicação	Publicidade
32	Falcão Piedade Esperança	http://www.pinterest.com/mefalcao/	pinterest	Assinado	Falcão Piedade Esperança		Comunicação	Editorial
33	fórum UMM	http://forumm.forumco.com	fórum	Anónimo	N. I.	mensagem pelo fórum	Industrial	Veículos
34	fotolito	http://hueandsaturation.tumblr.com	blog	Assinado	cristiana couceiro	hueandsa@gmail.com	Comunicação	Editorial
35	garfadas online	http://garfadasonline.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	garfadasonline@gmail.com	Industrial	Utilitários
36	glórias de outros tempos	http://gloriasdeoutrostempos.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Orgulho em Portugal	gloriasdeoutrostempos@gmail.com	Industrial	Veículos
37	história do design	http://historiadesign.wordpress.com	blog	Anónimo	N. I.	mensagem em post	Comunicação	Crítica / Divulgação
38	Hot Spot UMM Porto	http://bomtemporicoardo.wix.com/hotspot	website	Anónimo	N. I.	mensagem por formulário no site	Industrial	Veículos
39	Ilustração Portuguesa	http://ilustracaoportuguesa.wordpress.com	blog	Anónimo	N. I.		Comunicação	Ilustração
40	living dead covers	http://livingdeadcovers.wordpress.com	blog	Assinado	Jorge Silva	silva@silvadesigners.com	Comunicação	Editorial
41	m de maria	http://www.mdemaria.com	blog	Pseudónimo	*mdemaria	olinda@mdemaria.com	Comunicação	Editorial
42	mastiga design	http://ghostalking.wordpress.com	blog	Pseudónimo	*ghostalking	mensagem em post	Comunicação	Editorial
43	MCV	https://www.facebook.com/motosclassicasvintage	facebook	Anónimo	N. I.		Industrial	Veículos
44	Memoria Futura	http://www.memoriafutura.org	website	Assinado	Adriano Rangel	mensagem por formulário no site	Comunicação	Fotografia
45	Memorias da Secia	https://www.facebook.com/pages/Memorias-da-Secia/136326893200931	facebook	Anónimo	N. I.		Industrial	Cerâmica
46	Memórias e Arquivos da Fábrica de Loíça de Sacavém	http://mfils.blogs.sapo.pt	blog	Pseudónimo	*blogdaruano	now.here@sapo.pt	Industrial	Cerâmica
47	modena	http://modelosnacionais.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*ModENa	modelosescalnacionais@gmail.com	Industrial	Modelismo
48	Moderna uma outra nem tanto	http://modernaumaoutranemtanto.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*AM-JMV	modernaumaoutranemtanto@gmail.com	Industrial	Cerâmica
49	montag by their covers	http://pedromarquesdg.wordpress.com	blog	Assinado	pedro marques	mensagem por formulário no site	Comunicação	Crítica / Divulgação
50	Motas Antigas	http://motaclassica.blogspot.pt	blog	Assinado	Arlindo Carvalho	motaclassica@gmail.com	Industrial	Veículos
51	moto nacional	http://motonacional.blogspot.pt	Blog	Anónimo	N. I.	motonacional@gmail.com	Industrial	Veículos
52	Moto peças nacionais	http://motopecasnacionais.blogspot.pt	Blog	Anónimo	N. I.	motopecasnacionais@gmail.com	Industrial	Veículos
53	Motorizadas 50	http://motorizadas50.com	blog	Anónimo	N. I.	motorizadas50@gmail.com	Industrial	Veículos
54	motos de Portugal	http://www.motosdeportugal.com/pt/	website	Assinado	Francisco Castro		Industrial	Veículos
								projecto de investigação PHD

55	motos do sec xx	http://motosdoseculoxx.blogspot.pt	blog	Assinado	Fernando	fruifern@gmail.com	Industrial	Veículos
56	nosso design	http://nossodesign.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
57	Notas de Portugal e Estrangeiro	http://notasportugal.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.		Comunicação	Numismática
58	o Blog da Famel	http://www.famel.blogspot.pt	blog	Assinado	RICARDO MOREIRA	ricardodacastanheira@hotmail.com	Industrial	Veículos
59	o blog da XF	http://soxf.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	blogsoxf@gmail.com	Industrial	Veículos
60	Olhai Lisboa	http://olhai-lisboa.blogspot.pt/	blog	Pseudónimo	*Mlisboa	veja.lisboa@gmail.com	Generalista	Biográfico
61	P.id » Portuguese Industrial Design	https://www.facebook.com/Port.Industrialdesign	facebook	Anónimo	N. I.		Industrial	Crítica / Divulgação
62	Paço branco	http://pacobranco.blogspot.pt	Blog	Assinado	Paço Branco	pacobranco@gmail.com	Industrial	Veículos
63	Peças & Motorizadas Nacionais	http://motorizadas50nacionais.blogspot.pt	Blog	Assinado	David Cerqueira	motorizadas50nacionais@gmail.com	Industrial	Veículos
64	portaro 320 campina 1979	http://portaro320campina.blogspot.pt	blog	Assinado	MIGUEL MARTINS	portaro78@hotmail.com	Industrial	Veículos
65	Portugal Design	https://www.facebook.com/portugaldesign.org	facebook	Anónimo	N. I.		Generalista	Crítica / Divulgação
66	Portugal design	http://portugaldesign.org	blog	Anónimo	N. I.	info@portugaldesign.org	Generalista	Crítica / Divulgação
67	Portugal design lab	http://portugaldesignlab.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Portugal Designlab	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
68	Portugal Design Lab	https://www.facebook.com/pages/Portugal-Design-Lab/116027901772638	facebook	Pseudónimo	*Portugal Designlab		Generalista	Crítica / Divulgação
69	Portugal inspira	http://www.portugalinspira.pt	blog	Assinado	Pedro Góis	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
70	publish design	http://publishdesign.blogspot.pt	blog	Assinado	César Sousa		Comunicação	Editorial
71	publiscite	http://estespublicitarios.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Fado Sou	mensagem em post	Comunicação	Publicidade
72	reactor	http://reactorblogue.wordpress.com	blog	Assinado	José Bártolo	mensagem em post	Generalista	Crítica / Divulgação
73	ressabiator	http://ressabiator.wordpress.com	blog	Assinado	Mário Moura	ressabiator@gmail.com	Generalista	Crítica / Divulgação
74	Restauro e história das motas VILAR	http://historia-das-motas-vilar.blogspot.pt	blog	Assinado	Ramiro Silva	motasvilar@gmail.com	Industrial	Veículos
75	restos de colecção	http://restosdecoleccion.blogspot.pt	blog	Assinado	José Leite	jai2684@gmail.com	Generalista	Biográfico
76	rodas de viriato	http://rodasdeviriato.blogspot.pt	blog	Assinado	João Bragança	r-d-v@iol.pt	Industrial	Veículos
77	Rua Onze - blog	http://blogdaruaoonze.blogs.sapo.pt	blog	Pseudónimo	blogdaruaoonze	now.here@apo.pt	Generalista	Biográfico
78	sado / 550	http://sado550.blogspot.pt	blog	Assinado	Miguel Marques	marques.mjp@gmail.com	Industrial	Veículos
79	sado 550	http://jcle.pt/sado550/	website	Pseudónimo	*jcle	sado550@jcle.pt	Industrial	Veículos
80	Sebastião Rodrigues	https://www.facebook.com/pages/Sebastião-Rodrigues-Designer/12233460121823	facebook	Anónimo	N. I.		Comunicação	Biográfico
81	Simples	http://www.05031979.net	blog	Assinado	Frederico Duarte	frederico@05031979.net	Generalista	Crítica / Divulgação
82	só clássicas	http://sohclassicas.blogspot.pt	blog	Assinado	José Mota, Pedro Oliveira	poliveira998@gmail.com	Industrial	Veículos
83	tipografia em Portugal	http://tipografiaempotugal.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Tipografia Portugal	mensagem em post	Comunicação	Tipografia

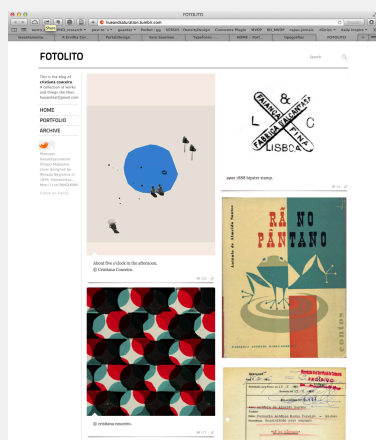
84	Tipografia Portugal	https://plus.google.com/101547441252642127226	google+	Pseudónimo	*Tipografia Portugal	Comunicação	Tipografia
85	Tipografia Portugal	http://tipografias.blogspot.pt	blog	Pseudónimo	*Tipografia Portugal	Comunicação	Tipografia
86	Tipografia Portuguesa	http://www.flickr.com/photos/tipografiaportuguesa/	Flickr	Anónimo	N. l.	Comunicação	Tipografia
87	Tipografia Portuguesa	http://www.pinterest.com/dialmfor/tipografia-portuguesa/	pinterest	Anónimo	N. l.	Comunicação	Tipografia
88	Tipografia Portuguesa	https://www.facebook.com/pages/Tipografia-Portuguesa/456349247760375	facebook	Anónimo	N. l.	Comunicação	Tipografia
89	Tipografia Portuguesa	http://tipografiaportuguesa.blogspot.pt	blog	Assinado	Mónica Santos	Comunicação	Tipografia
90	tipografos	http://tipografos.net	website	Assinado	paulo heitlinger	Comunicação	Tipografia
91	type for you	http://www.typeforyou.org	blog	Assinado	Pedro Serrão	Comunicação	Tipografia
92	typographia	http://sdr-designer.blogspot.pt	blog	Assinado	Sandro Lopes	Comunicação	Tipografia
93	typographies	http://typographies.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. l.	Comunicação	Tipografia
94	Um Renascimento Ideal	http://renascimentoideal.wordpress.com	blog	Assinado	Tiago Moreira	Industrial	Veículos
95	Vai 5	http://www.vai5.blogspot.pt	Blog	Assinado	Bruno Filipe Pires	Industrial	Veículos
96	XF-17 Alfacinha	https://www.facebook.com/xf17alfacinha	facebook	Assinado	Reinaldo Queiroz	Industrial	Veículos
97	XF-17 Alfacinha	http://xf17alfacinha.blogspot.pt	blog	Assinado	Reinaldo Queiroz	Industrial	Veículos
98	Vaicinco Marafadas rústicas à solta	http://www.vaicinco.blogspot.pt	blog	Assinado	Carlos Paiva	Industrial	Veículos
99	Memórias e Imagens	http://memoriasimagens.blogspot.pt/	blog	Assinado	margarida elias	Generalista	Crítica / Divulgação
100	A Arte em Portugal	http://aarteemp Portugal.blogspot.pt	blog	Assinado	margarida Elias	comunicação	Ilustração
101	Ilustração Antiga	http://ilustracaoantiga.blogspot.pt	blog	Assinado	margarida elias	comunicação	Ilustração
102	Fado Cravo	http://fadocravo.blogspot.pt/	blog	Pseudónimo	*Fado Sou	comunicação	Publicidade
103	IP4	http://www.ip4mag.com	website	Assinado	Guilherme Sousa, Sofia Rocha e Silva	Generalista	Crítica / Divulgação
104	Forum Mini	http://forumini.forumeiros.com/	fórum	Assinado	nfernandes e outros	Industrial	Veículos
105	Moto Online	http://motononline.pt	website	Anónimo	N. l.	Industrial	Veículos
106	Ideafixa	http://www.ideafixa.com	website	Anónimo	N. l.	Generalista	Crítica / Divulgação
107	Forum Motor Clássico	http://forum.motorclassico.pt/forum.php	fórum	Pseudónimo	*McReis	Industrial	Veículos
108	Lisboa	http://olhai-lisboa.blogspot.pt/	blog	Pseudónimo	*Mlisboa	Generalista	Biográfico
109	Industria Cuf	http://industriauf.blogspot.pt	blog	Assinado	Ricardo Ferreira	Industrial	Biográfico
110	Navios e Navegadores	http://naviosenavegadores.blogspot.pt/	blog	Pseudónimo	*reimar	Industrial	Veículos
111	Rua dos Dias Que Voam	http://diasquevoam.blogspot.pt/	blog	Assinado	Miguel Gil e outros	Generalista	Biográfico
112	Ruas de Lisboa com Alguma História	http://aps-ruasdelisboacomhistoria.blogspot.com/	blog	Pseudónimo	*APS	Generalista	Biográfico

113	Portugal Através do Mundo	http://portugal-mundo.blogspot.pt	blog	Anónimo	N. I.	comentário no blog	Generalista	Biográfico
114	A Ervilha Cor de Rosa	http://www.aervilhacorderosa.com	blog	Assinado	Rosa Pomar	rosapomar@mac.com	Industrial	Têxtil

Anexo 3 / Ficha de catalogação das plataformas na base de dados

Para um património cultural significativo uma intervenção do ponto de vista do design

Caracterização do uso de ferramentas WEB 2.0 na patrimonialização da História da Cultura do Design em Portugal
> todos os inquéritos



fotolito

<http://hueandsaturation.tumblr.com>

nome(s) autor(es)

cristiana couceiro

data primeiro post

26-10-2009

Blog (ex.: wordpress, blogger, ...)

email de contacto

hueandsat@gmail.com

data ultimo post

15-09-2014

email enviado?

☐ 0 ☒ 1

inquérito respondido?

☐ 0 ☒ 1

LINK

<http://hueandsaturation.tumblr.com>

ANÁLISE DA PLATAFORMA

CONSTITUIÇÃO

- ☒ post roll
- ☒ about
- ☒ mais páginas
- ☒ widgets (calendário, categorias)
- ☐ navegação por catg. ou tags
- ☐ outros

Nº de páginas

3

TIPOLOGIA

Blog

CONTEÚDOS

- ☒ posts curtos
- ☐ posts longos
- ☒ fotografias
- ☒ outras imagens
- ☐ vídeos
- ☐ som
- ☐ links essenciais
- ☐ links roll
- ☐ outros

DOMÍNIO

Design Gráfico

ESPECIALIZAÇÃO

alta (profissionais ou investigadores em design)

PROFUNDIDADE

superficial (aborda o tema e não desenvolve)

Anexo 4 / Questionário

versão offline do original - <https://goncalo.typeform.com/to/xsVel2>

PARA UM PATRIMÓNIO CULTURAL SIGNIFICANTE

UMA INTERVENÇÃO DO PONTO DE VISTA DO DESIGN

PROGRAMA DOUTORAL EM DESIGN DA UNIVERSIDADE DE AVEIRO
GONÇALO GOMES . 2014

Caracterização do uso de ferramentas WEB 2.0 na patrimonialização da História da Cultura do Design em Portugal.

Este inquérito insere-se na investigação "Para um património cultural significativo: uma intervenção do ponto de vista do design", desenvolvida no âmbito do Programa Doutoral em Design da Universidade de Aveiro, pelo investigador Gonçalo Gomes. O estudo pretende ainda ser um contributo para o projecto de investigação CIDES.PT - Centro de Investigação do Design Português (<http://cides.pt>) em desenvolvimento pelo Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura [ID+] (<http://www.idmais.org>).

O presente estudo tem como principal objectivo compreender melhor a realidade do uso das ferramentas web 2.0 no processo de patrimonialização social do vasto espólio da cultura material portuguesa.

Para participar, por favor responda às questões que se encontram nas páginas seguintes, sendo obrigatórias as identificadas com um asterisco (*).

A participação no estudo é voluntária e são garantidos o anonimato e a confidencialidade das respostas.

Ao clicar no botão “começar”, ou na tecla Enter, o participante declara simultaneamente que:

- Aceita participar livremente no estudo;
- É maior de idade;
- Tomou conhecimento dos objetivos do estudo e das condições de participação;
- Autoriza que os dados fornecidos sejam trabalhados e divulgados pelos investigadores.

Muito obrigado pela sua colaboração, que é para nós da máxima importância.

Qualquer dúvida não hesite em nos contactar através do email: goncalo@ua.pt

• **começar** •

1 Identificação da plataforma

Este primeiro grupo de questões permite-nos identificar e classificar a plataforma em questão. No caso de ser autor de mais do que uma plataforma, por favor use o URL base do formulário (<https://goncalo.typeform.com/to/xsVel2>) para criar uma nova entrada.

a. Nome da sua plataforma? *

b. Url da plataforma . : *

c. Tipologia da plataforma . ? *

- ☐ Blog (ex.: wordpress, blogger, ...)
- ☐ Microblog (ex.: página de facebook, google plus, ...)
- ☐ Wiki (ex.: wikipédia, mediawiki, ...)
- ☐ Fórum de discussão (ex.: groups.google.com, groups.yahoo.com, ...)
- ☐ Partilha de imagens (ex.: Flickr, Pinterest, ...)
- ☐ Outro(s)

d. Outras iniciativas associadas à plataforma . ? *

Por favor indique, caso existam, que outras iniciativas mantém que tenham uma associação directa à .

- ☐ Não existem outras iniciativas associadas
- ☐ Blog
- ☐ Página do Facebook
- ☐ Página do Google Plus
- ☐ Página do Pinterest
- ☐ Página do Flickr
- ☐ Forum de discussão
- ☐ Wiki
- ☐ Outro(s)

e. Contacto de email oficial da plataforma . ? *

Por favor indique o contacto de email oficial da plataforma ou, em alternativa, de um dos autores responsáveis.

f. Data do início de actividade da plataforma . ? *

g. Data de cessação da actividade da plataforma . (caso se verifique)?

Caso mantenha actividade regular, por favor, deixe este campo em branco.

h. Média de disponibilização de publicações na plataforma . ? *

- ☐ Mais de uma publicação por dia
- ☐ Uma publicação diária
- ☐ Entre seis e duas por semana
- ☐ Uma publicação por semana
- ☐ Entre três e uma por mês
- ☐ Menos de uma publicação mensal

i. Média de visitas diárias da plataforma . ? *

- ☐ Menos de 10 visitas diárias
- ☐ Entre 10 e 50 visitas por dia
- ☐ Entre 50 e 200 visitas por dia
- ☐ Entre 200 e 500 visitas por dia
- ☐ Entre 500 e 1000 visitas por dia
- ☐ Mais de 1000 visitas diárias
- ☐ Desconheço

j. Número total de visitas da plataforma . desde que está online? *

k. Média de comentários por publicação? *

- ☐ não se aplica
- ☐ menos de 5
- ☐ entre 5 e 10
- ☐ entre 10 e 25
- ☐ entre 25 a 50
- ☐ entre 50 e 100
- ☐ mais de 100

2 Identificação do(s) autor(es)

Este grupo de questões permite-nos identificar e classificar o perfil dos autores das plataformas avaliadas.

▸ **a.** Nome(s) do(s) autor(es) responsável pelos conteúdos da plataforma? *

Em caso de anonimato por favor use um pseudónimo que o identifique.

No caso de serem vários autores, por favor indique o nome de cada um deles na mesma caixa de texto, separados por vírgula

.

b. Idade do(s) autor(es) . ? *

No caso de múltiplos autores, por favor indique a idade de cada um pela mesma ordem da questão anterior.

c. Habilitações académicas do(s) autor(es) . ?

No caso de múltiplos autores, por favor indique as habilitações académicas de cada um na mesma ordem da questão anterior.

d. Profissão ou profissões do(s) autor(es). ? *

No caso de múltiplos autores, por favor indique a profissão de cada um na mesma ordem da questão anterior.

e. Em média, quanto tempo dedica(m) à criação de conteúdos e gestão da plataforma . ? *

- ☐ Menos de uma hora por mês
- ☐ Entre uma e quatro horas por mês
- ☐ Entre uma e quatro horas por semana
- ☐ Entre quatro e sete horas por semana
- ☐ Entre uma e quatro horas por dia
- ☐ Mais de quatro horas por dia

f. Motivações *

Por favor indique as principais motivações em manter a actividade regular de publicação, nomeadamente eventuais interesses pessoais, profissionais, económicos, etc...

3 Conteúdos

Este grupo de perguntas destina-se a classificar as tipologias de conteúdos publicados no seu website / blog

a. Temática(s) da plataforma . ? *

Por favor indique, de forma sintética, quais os principais temas abordados.

b. Autoria dos artigos publicados? *

Por favor indique se as suas publicações são da autoria de um único autor ou se esta é partilhada.

- ☐ individual
- ☐ partilhada

c. Tipologia dos artigos publicados? *

- ☐ originais
- ☐ re-publicações de outros sites / blogs
- ☐ Outro(s)

d. Tipologia de conteúdos publicados? *

Indique qual a tipologia de conteúdos que maioritariamente usa nas suas publicações.

- ☐ fotografias originais ☐ fotografias outras fontes ☐ desenhos originais ☐ desenhos outras fontes ☐ diagramas originais
☐ diagramas outras fontes ☐ vídeos originais ☐ vídeos outras fontes ☐ audio original ☐ audio outras fontes ☐ texto original
☐ texto outras fontes ☐ Outro(s)

e. Principais fontes usadas na criação dos conteúdos? *

- ☐ Enciclopédias "analógicas"
☐ Jornais e revistas "analógicas"
☐ Outras publicações "analógicas"
☐ Enciclopédias e repositórios digitais
☐ Jornais e revistas digitais
☐ Outras fontes digitais
☐ Outro(s)

4 Participação e colaboração

Neste segundo grupo de questões pretendemos recolher informações sobre a sua disponibilidade para colaborar noutras iniciativas.

a. Colaboração em plataforma de criação de conteúdos partilhado? *

Por favor indique se tem por hábito colaborar, enquanto autor ou revisor, em plataformas de criação de conteúdos partilhado, como por exemplo a Wikipedia, e com que regularidade o faz?

- ☐ Nunca o fiz
☐ Colaboro pontualmente
☐ Colaboro regularmente
☐ Colaboro intensamente

b. Teria receptividade para disponibilizar os seus conteúdos noutras plataformas, desde que salvaguardada a sua autoria? *

- ☐ sim ☐ não

c. Teria disponibilidade para colaborar na criação de conteúdos partilhados dentro das mesmas temáticas das abordadas na plataforma . ? *

- ☐ sim ☐ não

d. Teria disponibilidade para colaborar na revisão de conteúdos dentro dessas mesmas temáticas? *

- ☐ sim ☐ não

e. Principais vantagens e desvantagens dos modelos existentes de criação e partilha de conteúdos socialmente gerados?

Em relação à partilha de conteúdos gerados por si, por favor indique-nos quais as principais vantagens e desvantagens que encontra nos modelos de criação e partilha de conteúdos socialmente gerados, como é o caso da Wikipédia.

5 Outros websites / blogs

Por favor indique, caso conheça, no máximo de três, outras plataformas que considere igualmente interessante figurar dentro deste estudo.

a. Primeira sugestão:

http://

b. Segunda sugestão:

http://

c. Terceira sugestão:

http://

6 Outras observações?

Por favor use este campo para acrescentar qualquer tipo de informação extra que não considere abrangida pelas questões anteriores.

7 Deseja receber informação através do seu email sobre os resultados deste estudo? *

☐ sim ☐ não

Enviar

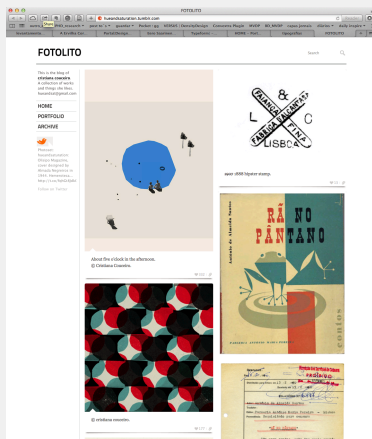
Nunca submeta palavras-passe - [Reportar abuso](#)

Anexo 5 / Versão 2 da ficha de catalogação

Complementada com a informação proveniente do questionário.

Para um património cultural significativo uma intervenção do ponto de vista do design

Caracterização do uso de ferramentas WEB 2.0 na patrimonialização da História da Cultura do Design em Portugal
> **inquéritos respondidos**



CASO # 13

tipologia de artigos publicados

☒ originais

☐ re-publicações de outros sites /

☐ originais e republicação de press enviados

outras iniciativas associadas

☒ Não existem outras iniciativas associadas

☐ Blog

☐ Página do Facebook

☐ Página do Google Plus

☐ Página do Pinterest

☐ Forum de discussão

☐ Página do Flickr

☐ Wiki

☐ Other

autoria das publicações

individual

colab. plataformas conteúdos partilhados

Nunca o fiz

receptividade disponibilizar conteúdos

Sim

disponibilidade para criação conteúdos

Sim

disponibilidade para revisão conteúdos

Sim

vantagens e desvantagens P.C.S

vantagens: partilha rápida de conteúdos;

fotolito

<http://hueandsaturation.tumblr.com>

Blog (ex.: wordpress, blogger, ...)

nome(s) autor(es)

Cristiana Couceiro

habilitações

licenciatura

data início

Outubro 2009

média de tempo dedicado

Entre uma e quatro horas por semana

média publicações

Entre três e uma por mês

média visitas diárias

Desconheço

total de visitas

0

média comentários por post

não se aplica

motivações

organização de arquivo e partilha do mesmo

temáticas

história do design gráfico português

sugestão web 1

<http://tipographia.pt>

sugestão web 2

<http://pedromarquesdg.wordpress.com/>

sugestão web 3

<http://boringpostcardsfromportugal.tumblr.com>

idade(s)

35

profissão(ões)

designer e ilustradora

data cessação

email de contacto

hueandsat@gmail.com

tipologia de conteúdos

☒ fotografias originais

☐ fotografias outras fontes

☒ desenhos originais

☐ desenhos outras fontes

☐ diagramas originais

☐ diagramas outras fontes

☐ vídeos originais

☐ vídeos outras fontes

☐ audio original

☐ texto original

☐ audio outras fontes

☐ texto outras fontes

☐ Other

fontes usadas na criação de conteúdos

☒ Enciclopédias "analógicas"

☒ Jornais e revistas "analógicas"

☒ Outras publicações "analógicas"

☒ Enciclopédias e repositórios digitais

☒ Jornais e revistas digitais

☒ Outras fontes digitais

☒ a melhor enciclopédia são as pessoas

☐ Other

outras observações

Para um património cultural significativo

uma intervenção do ponto de vista do design

Caracterização do uso de ferramentas WEB 2.0 na patrimonialização da História da Cultura do Design em Portugal
> [inquéritos respondidos](#)

ANÁLISE DA PLATAFORMA

data primeiro post

data ultimo post

CONSTITUIÇÃO

- ☒ post roll
- ☒ about
- ☒ mais páginas
- ☒ widgets (calendário, categorias)
- ☐ navegação por catg. ou tags
- ☐ outros

Nº de páginas

3

TIPOLOGIA

Blog

CONTEÚDOS

- ☒ posts curtos
- ☐ posts longos
- ☒ fotografias
- ☒ outras imagens
- ☐ vídeos
- ☐ som
- ☐ links essenciais
- ☐ links roll
- ☐ outros

DOMÍNIO

Design Gráfico

ESPECIALIZAÇÃO

alta (profissionais ou investigadores em design)

PROFUNDIDADE

superficial (aborda o tema e não desenvolve)

ANÁLISE AMOSTRA TEÓRICA

☐ Sim ☒ Não

Anexo 6 / Motivações. Tabela de conversão

Anexo 6

Motivações - Tabela de conversão				
Nome da plataforma	Motivações	Satisfação Pessoal	Espírito de missão (Recolha, Preservação e divulgação da Memória)	Recurso produtivo (Ferramenta de apoio a outros projectos)
PUBLISITE	satisfação pessoal.	x		
Cerâmica Modernista em Portugal	Divulgação e valorização do património cerâmico modernista produzido em Portugal.		x	
Club Casaleiro	Articulação com o público [colecionadores, investigadores e (ex)colaboradores da indústria cerâmica] de modo a recolher dados para o projecto de investigação.			x
Rodas de Viriato	gosto pessoal pela marca Casal			
	Conhecer e divulgar o que se fez e faz em Portugal sobre veículos, usando a Internet para chegar a todo o lado, evitando que se perca o nosso património e deste modo criar condições para que outros possam arriscar novas ideias e projectos.		x	
motonacional	interesse e paixão pelo tema sem intenção de obter lucros	x		
Restos de Colecção	Como me encontro sem actividade profissional, ocupo todo o meu tempo, 7 horas por dia 7 dias por semana, neste blog. Considero, com provas dadas, com este trabalho ser útil à sociedade e aos meios académicos, sem algum interesse financeiro.		x	
Typographies	O interesse pessoal e profissional pelo conhecimento da tipografia, porém deixei de ter disponibilidade para criar e procurar publicações.	x	x	
almanaque silva	Uma ligação profissional muito forte ao universo da ilustração editorial;	x		
	preocupação de fazer serviço público na divulgação de um acervo documental bastante extenso;		x	
	ensaio para trabalhos de maior fôlego na historiografia do tema.			x
Simples	Esta publicação é um arquivo da minha escrita enquanto crítico e jornalista de design. Mantenho-a por motivos profissionais.	x		x
garfadasonline	Investigação de temas relacionados com a história da alimentação fora do âmbito das publicações dos livros. Divulgação do espólio que possuo nesta área.		x	
portugaldesign.org	divulgação do design português		x	
Tipografias	gosto pela partilha	x		
fotolito	organização de arquivo e partilha do mesmo		x	
Paço Branco	Gosto pela comunicação	x	x	
fabrica Alba	Preservar a memória coletiva		x	
Resultados		7	10	3
Percentagens:		35%	50%	15%

Anexo 7 / Categorias. Tabela de conversão

Anexo 7

Categorias - Tabela de conversão		
CATEGORIA	SUB-CATEGORIA	DOMÍNIO
Comunicação	Biográfico	Design Gráfico
	Editorial	Design Gráfico
	Crítica / Divulgação	Design Gráfico
	Embalagem	Design Gráfico
	Fotografia	Design Gráfico
	Publicidade	Design Gráfico
	Numismática	Design Gráfico
	Ilustração	Ilustração
	Tipografia	Tipografia
Generalista	Biográfico	Generalista
	Crítica / Divulgação	Generalista
Industrial	Biográfico	Design de Produto
	Crítica / Divulgação	Design de Produto
	Relojoaria	Design de Produto
	Têxtil	Design de Produto
	Utilitários	Design de Produto
	Cerâmica	Design de Cerâmica e Vidro
	Modelismo	Design de Veículos
	Veículos	Design de Veículos

Anexo 8 / Vantagens e desvantagens das plataformas de conteúdos partilhados. Tabela de conversão

Anexo 8

Vantagens e desvantagens das plataformas de conteúdos partilhados - Tabela de conversão								
Nome da sua plataforma	Vantagens	Facilidade de acesso e partilha de informação	Quantidade de informação disponível	Informação criada por vários autores	Desvantagens	Credibilidade da Informação	Informação mal estruturada	Ausência de um "responsável máximo" pelos conteúdos
PUBLISITE								
Cerâmica Modernista em Portugal	A principal vantagem é a fácil acessibilidade aos conteúdos	x			a principal desvantagem é que nem sempre estes conteúdos são fiáveis.	x		
Club Casaleiro	facilidade de consulta	x			Desvantagens: falta de indicação da fonte ou ocultação da mesma.			
Rodas de Viriato	Vantagens: "limar arestas" e tornar a informação mais completa e rigorosa.		x	x	Tentativas de construção/agregação de conhecimento sem critérios e sem usar boas fontes.	x	x	
motonacional	a simplicidade da escrita, direta fácil leitura e entendimento aliado a fotografia	x						
Restos de Colecção								
Typographias	Vantagem: divulgação, conhecimento, partilha.	x			Tudo tem vantagens e desvantagens. O maior problema que me depa ro , é informações erradas, datas erradas, etc. Não existe muito a cultura da informação o mais correta e exata possível.	x	x	
almanaque silva	Não tenho preocupações com isso				Desvantagens: conteúdos não fidedignos.			
Simples					Não tenho preocupações com isso			x
garfadaonline	Rapidez de acesso à informação	x			Credibilidade das plataformas/publicações e hierarquia editorial.	x		
portugaldesign.org	vantagens - possibilidade de ter diversos especialistas a criar conteúdos	x		x	Risco de divulgação de informações não fidedignas ou não confirmadas	x		
Tipografias	vantagens : acesso imediato...	x			desvantagens : por vezes, pouco credível...	x		
fotolito	vantagens: partilha rápida de conteúdos;	x						
Paço Branco	Vantagem: -Alargar o conhecimento	x	x		Desvantagem: -Possível divulgação de informação errada ou incorreta	x		
fabrica Alba	Principal vantagem: democratização/partilha de conhecimento;	x			Principal desvantagem: deturpação de informação	x		
Resultados:		9	2	2	Resultados	9	2	1

Anexo 9 / Relação entre estudos de caso - Selecção de amostra por variação máxima

Anexo 9

relação entre estudos de caso - selecção de amostra por variação máxima teórica																								
#	título	tipologia	domínio dos conteúdos						especialização do autor				profundidade da análise				estrutura dos conteúdos						amostra	
	Nome da plataforma		geralísta	design gráfico	design de Cerâmica e	design de Veículos	tipografia	design de Produto	ilustração	não identificada	alta (profissionais	média (estudantes de	baixa (provenientes	superficial (aborda o tema	média (aborda o tema a partir	elevada (aborda o tema a partir de várias fontes e gera conhecimento novo)	posts curtos	posts longos	fotografias	outras imagens	vídeos	links roll	links essenciais	seleccionado
1	PUBLISITE	Blog		X						X				X			X				X		X	sim
2	Cerâmica Modernista em Portugal	Blog			X						X					X		X	X		X		X	sim
3	Clube Casaleiro	Fórum				X																		excluído
4	Rodas de Viriato	Blog				X							X			X	X	X	X	X	X			sim
5	motonacional	Blog				X							X		X		X	X	X		X		X	não
6	Restos de Colecção	Blog	X										X			X		X	X	X		X		sim
7	Typographies	Blog					X					X				X	X		X	X	X			sim
8	almanaque silva	Blog							X		X					X		X						sim
9	Simples	Blog / site	X								X					X	X	X	X	X				não
10	garfadasonline	Blog						X					X			X		X	X	X		X		sim
11	portugaldesign.org	Blog	X								X				X		X		X	X	X	X		não
12	Tipografias	Blog					X				X				X		X		X	X	X	X		não
13	fotolito	Blog		X							X			X			X		X	X				não
14	Paço Branco	Blog				X							X		X		X	X	X	X	X			não
15	fábrica Alba	Blog						X					X		X		X	X	X	X		X		sim

Anexo 10 / Roteiro de entrevista

Anexo 10

Para uma Herança Cultural Significante, Uma Intervenção do Ponto de Vista do Design

> Entrevista

Enquadramento

Esta entrevista enquadra-se no trabalho de doutoramento “Para uma Herança Cultural Significante, Uma Intervenção do Ponto de Vista do Design” a decorrer no Departamento de Comunicação e Arte, da Universidade de Aveiro. Este projecto visa estudar as práticas de patrimonialização social do espólio da cultura material Portuguesa através dos novos media digitais. Sendo uma investigação no âmbito do design, pretende igualmente contribuir para a definição da própria disciplina da História do Design, nomeadamente através da adição dos discursos e usos dos públicos que usam os artefactos gerados por designers.

Esta entrevista inclui-se no levantamento da realidade portuguesa de plataformas web 2.0 dedicadas ao recolher histórico de artefactos nacionais, procurando entender as motivações, práticas, métodos e relações que estão na base destas iniciativas.

Condições: Relembrar da necessidade de gravar a entrevista e assinar a autorização para tal.

> Roteiro de entrevista

Entrevistado:

Data:

Hora de Início: ____h ____m – **fim:** ____h ____

> Perguntas

Grupo 1 - Registo Biográfico

- 1.1 – onde nasceu
- 1.2 – contexto familiar
- 1.3 – instrução primária
- 1.4 – interesses em criança
- 1.5 – ensino secundário
- 1.6 – disciplinas preferidas
- 1.7 – opções académicas
- 1.8 – opções profissionais

Grupo 2 - Definição do campo de trabalho

- 2.1 – De onde surge o interesse pelo tema?
- 2.2 – Reconhece qualidade na produção de artefactos portugueses? Se sim, quais? Porquê? Perdeu-se / mantêm-se?
- 2.3 – Quais as principais características que reconhece aos artefactos portugueses? No geral? Casos particulares?
- 2.4 – Que leitura faz da “história” da temática que trabalha em Portugal?
- 2.5 – O que o motiva mais para manter esta actividade?
- 2.6 – Existiu alguma iniciativa pré-web?
- 2.7 – Porquê a opção por um blog?
- 2.8 – Exisitiram outros projectos na web anteriores a este?

Grupo 3 - Processo de recolha de informação

- 3.1 – como decide o que é publicado?
- 3.2 – de onde surge a informação?
- 3.3 – recorre a outros bloggers para recolher informação para publicar?

Grupo 4 - Construção da Informação

- 4.1 – como decorre o processo de construção de um post?
- 4.2 – certifica-se das fontes?
- 4.3 – trabalha a informação em profundidade ou publica vários posts sobre o mesmo assunto?

Grupo 5 - Feed-back e disseminação

- 5.1 – O blog é um repositório de informação ou um ponto de partida?
- 5.2 – Usa outras plataformas complementares ao blog? Se sim quais e qual o seu papel?
- 5.3 – Costuma receber muito feed-back sobre o que publica?
- 5.4 – Sente que a informação que gera é disseminada ou que fica apenas pelo blog?
- 5.5 – consegue definir o “leitor tipo” do seu blog?
- 5.6 – qual é o “comentário tipo” que costuma receber sobre os posts?
- 5.7 – recebe pedidos para republicarem os seus conteúdos?
- 5.8 – Alguma vez os encontrou publicados sem a sua autorização?
- 5.9 – Preocupa-se com o futuro da informação que disponibiliza?
- 5.10 – Gostaria, ou tem projectos, para lhe dar outros usos?

> Condições da entrevista

Local:

Condições do local:

Estado do entrevistado:

Primeiro contacto com o entrevistado:

Empatia criada com o entrevistador:

Observação geral da entrevista:

Estes anexos só estão disponíveis para consulta através do CD-ROM.
Queira por favor dirigir-se ao balcão de atendimento da Biblioteca.

Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia
Universidade de Aveiro